

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM ANABİLİM DALI
İLETİŞİM BİLİMLERİ BİLİM DALI

AYLAK SINIFIN DÖNÜŞÜMÜNÜN TÜRK MEDYASINDAKİ
TEMSİLİ: TÜRK TELEVİZYON DİZİLERİ ÖRNEĞİ

(DOKTORA TEZİ)

Alim Alper CESUR

KOCAELİ 2020

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM ANABİLİM DALI
İLETİŞİM BİLİMLERİ BİLİM DALI

AYLAK SINIFIN DÖNÜŞÜMÜNÜN TÜRK MEDYASINDAKİ
TEMSİLİ: TÜRK TELEVİZYON DİZİLERİ ÖRNEĞİ

(DOKTORA TEZİ)

Alim Alper CESUR

Prof. Dr. Emel KARAGÖZ

KOCAELİ 2020

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM ANABİLİM DALI
İLETİŞİM BİLİMLERİ BİLİM DALI

AYLAK SINIFIN DÖNÜŞÜMÜNÜN TÜRK MEDYASINDAKİ
TEMSİLİ: TÜRK TELEVİZYON DİZİLERİ ÖRNEĞİ

(DOKTORA TEZİ)

Tezi Hazırlayan: Alim Alper CESUR

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 22.01.2020/2

Jüri Başkanı: Prof. Dr. Emel KARAGÖZ

Jüri Üyesi: Prof. Dr. Cem PEKMAN

Jüri Üyesi: Prof. Dr. Serhat ULAĞLI

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Mehmet ARSLANTEPE

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Nuray YILMAZ SERT

(Jüri, Yüksek Lisans için en az üç, Doktora için en az 5 öğretim üyesi ile oluşur)

KOCAELİ 2020

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	I
ÖZET	IV
ABSTRACT	V
ŞEKİLLER LİSTESİ	VI
GÖRSELLER LİSTESİ	VI
TABLolar LİSTESİ	VII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. TARİHSEL SOSYOLOJİK BAĞLAMDA ÇALIŞMA VE AYLAKLIK OLGUSUNA YÖNELİK KURAMSAL KAVRAMSAL ÇERÇEVE	
1.1. KAVRAMSAL AÇIDAN ÇALIŞMA VE AYLAKLIK	7
1.2. AYLAKLIK KAVRAMI VE AYLAK ÖZNEİN ÖZELLİKLERİ.....	10
1.3. BİR SINIF OLARAK AYLAKLIK VE BİLEŞENLERİ	17
1.3.1. Aylaklık ve Boş Zaman.....	19
1.3.2. Aylaklık ve Gündelik Hayat	20
1.3.3. Aylaklık ve Artı Değer İlişkisi	22
1.4. TARİHSEL MATERİYALİST ÇERÇEVEDE AYLAKLIĞIN DÖNÜŞÜMÜ VE AYLAK SINIFIN DÖNÜŞÜMÜNDE KATALİZÖR.....	24
1.4.1. Artı Değer Birikimi ve Aylak Sınıf Oluşumunda Etkisi...	25
1.4.2. İlkel Komünal Toplumdan Sınıflı Topluma Geçiş Sürecinde Aylaklığın Doğuşu.....	27
1.4.3. Antik Yunan ve Roma'da Çalışma ve Aylaklık	32
1.4.4. Feodal Toplumda Çalışma ve Aylaklık Anlayışı	40
1.4.5. Aydınlanma Dönemi'nde Çalışma ve Aylaklık Anlayışı..	43
1.5. SANAYİ DEVRİMİ SONRASI MODERN SINIFLI TOPLUMLARDA AYLAKLIK VE "EMEK ÜRETMEDE DEĞER ÜRETMEK.....	48
1.5.1. Yabancılaşma.....	56
1.5.2. Meta Fetişizmi	58
1.5.3. Flaneur Aylaklık	60
1.6. SANAYİ SONRASI DÖNEMDE ÇALIŞMA VE AYLAKLIK ANLAYIŞI.....	61
1.7. SINIFLARIN STATÜ İHTİYACI VE AYLAK SINIFIN STATÜ SİMGELERİ	69
1.7.1. Gösterişçi Tüketim	73
1.7.2. Kıt Kaynaklara Erişim	75
1.7.3. Onurla İlişkilendirilmiş Emek	77
1.8. AYLAKLIĞIN STATÜSÜNÜN BELİRLENMESİNDE GÜNDELİK YAŞAM PRATİKLERİ VE AYLAKLIĞIN GÜNDELİĞİ	80

1.9.AYLAĞLIĞA YÖNELİK KURAMSAL KAVRAMSAL ÇERÇEVEYİ BAĞDAŞTIRICI BİR PERSPEKTİF	84
---	-----------

İKİNCİ BÖLÜM

2. KÜLTÜREL BAĞLAMDA AYLAKLIK VE TELEVİZYONDA AYLAKLIĞA YÖNELİK KURAMSAL KAVRAMSAL YAKLAŞIMLAR

2.1. AYLAKLIĞIN STATÜSÜNÜN BELİRLENMESİNDE KÜLTÜREL GÖSTERGELER.....	87
2.1.1. Toplumsal Farklılaşmalar ve Uygarlık Bağlamında Aylaklık.....	89
2.1.1.1. Folk Kültür ve Aylaklık	91
2.1.1.2. Yüksek Kültür ve Aylaklık	94
2.1.2. Kitle Kültürü ve Aylaklık	98
2.1.2.1. Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi	102
2.1.2.2. İşçi Kültürü ve Aylaklık	106
2.1.2.3. Burjuva Kültüründe Aylaklık	109
2.1.2.4. Popüler Kültürde Aylaklık	113
2.2.KÜLTÜREL BİR ARAÇ OLARAK TELEVİZYONA DAİR KURAMSAL VE KAVRAMSAL YAKLAŞIMLAR	117
2.2.1. Televizyon ve Popüler Kültür İlişkisi	118
2.2.2. Televizyonun Metin Olarak İncelemesi	121
2.2.3. Televizyon ve Simülasyon Evreni	127
2.2.4. Televizyon Gösterisi ve Gösteri Toplumu	130
2.2.5. Televizyon ve Boş Zaman	133
2.2.6. Televizyon Bağımlılığı ve Ritüelleştirme	136
2.3. TELEVİZYONDA GÜNDELİK HAYATIN KURGULANMASI.....	139
2.4.TELEVİZYONDA PROGRAM TÜRLERİ VE GÜNDELİK HAYATA ETKİSİ	141
2.5.TELEVİZYON KARAKTERLERİNİN SUNUMU VE AYLAK TEMSİLLER	144

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.TELEVİZYON DİZİLERİ ÜZERİNDEN AYLAK SINIFIN DÖNÜŞÜMÜ VE TEMSİLİNE DAİR İÇERİK ANALİZİ

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI	148
3.2. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ VE SINIRLILIKLARI	150
3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	157
3.4. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI	158
3.5. ELDE EDİLEN BULGULAR	159
3.5.1. Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz	167
3.5.1.1. Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz Dizisinin Konusu ...	167
3.5.1.2. Karakterler ve Aylak Öznenin Temsili	168
3.5.1.3. Karakterlerin Aylaklık Statü Simgeleri	171
3.5.1.4. Aylak Yaşantının Kurgulanması	181
3.5.1.5. Hikaye İçerisindeki Ayrıntılar	196
3.5.2. Yasak Elma	199
3.5.2.1. Yasak Elma Dizisinin Konusu	199

3.5.2.2. Karakterler ve Aylak Öznenin Temsili	200
3.5.2.3. Karakterlerin Aylaklık Statü Simgeleri	205
3.5.2.4. Aylak Yaşantının Kurgulanması	217
3.5.2.5. Hikaye İçerisindeki Ayrıntılar	231
3.5.3. Ufak Tefek Cinayetler	235
3.5.3.1. Ufak Tefek Cinayetler Dizisinin Konusu	235
3.5.3.2. Karakterler ve Aylak Öznenin Temsili	237
3.5.3.3. Karakterlerin Aylaklık Statü Simgeleri	242
3.5.3.4. Aylak Yaşantının Kurgulanması	253
3.5.3.5. Hikaye İçerisindeki Ayrıntılar	267
3.5.4. Kalk Gidelim	269
3.5.4.1. Kalk Gidelim Dizisinin Konusu	270
3.5.4.2. Karakterler ve Aylak Öznenin Temsili	271
3.5.4.3. Karakterlerin Aylaklık Statü Simgeleri	275
3.5.4.4. Aylak Yaşantının Kurgulanması	276
3.5.4.5. Hikaye İçerisindeki Ayrıntılar	276
SONUÇ	278
KAYNAKÇA	283

ÖZET

Bu tez, Thorstein Veblen tarafından kuramsallaştırılmış haliyle “Aylak Sınıfın Teorisi” çalışmasından yola çıkıp aylak sınıfları yirmi birinci yüzyılın ileri sanayi toplumlarına kadar takip ederek, sözkonusu sınıfların geçirdiği evrimi ortaya koymaya çalışmaktadır. Öyle ki, Veblen’in bir “sınıf” olarak tanımladığı aylaklar, ilk sınıflı toplumlardan beri üretim araçlarını ellerinde bulundurarak emeğin karşısında durmuşlardır. Zaman içinde aylaklık el değiştirse de “aylaklık” anlayışı hep aynı kalmış ve bu sınıflar kendilerini “gösterişçi tüketim”, “kıt kaynaklara erişim” ve “onurla ilişkilendirilmiş emek” gibi kavramlar üzerinden ifade etmişlerdir. Günümüze geldiğimizde ise değişen çalışma etiği ve sınıfların daha girift bir hale gelerek statülere dönüşmesiyle beraber aylak sınıflar da birer statü halini almıştır. Zira daha önceleri benzer sosyal, kültürel kodları paylaşan aylaklar “ekonomik refah” paydasında birleşmesine rağmen artık kültürel bağlamlarda birbirinden farklı tabakalar olarak karşımıza çıkabilmektedir. Bu tez de kaynağını gündelik hayattan alan ve aynı zamanda gündelik hayatı şekillendirebilen televizyon dizilerini içerik analizi yöntemiyle inceleyerek, değişen aylak sınıfları günümüz şartlarında anlamaya çalışmaktadır. Çalışma, Veblen’in erken sanayi dönemi şartlarında ele aldığı haliyle aylak sınıfları, postmodern dönemde gelişen yeni üretim tarzları ve gösteriş unsurları doğrultusunda yeniden ele almaktadır. Yapılan araştırma neticesinde tek bir aylak sınıftan bahsedilemeyeceği, aylaklığın günümüzde farklı statü gruplarında farklı açılımlar kazanarak varlığını devam ettirdiği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Veblen, Aylak Sınıfın Teorisi, Aylaklık, Televizyon, İçerik Analizi

ABSTRACT

This dissertation tries to present the evolution of the classes in question by following the leisure class until the advanced twenty first century industrial societies using the authoritative “The Theory of the Leisure Class” written by Thorstein Veblen. In fact, the idlers who Veblen identified as a “class”, have stood against labour by holding onto the means of production since the first moment society was divided by classes. Even though idleness has changed hands over time, the concept of “idleness” has always remained the same and these classes have expressed themselves through concepts such as “ostentatious consumers”, “access to scarce sources” and “labour associated with honour”. However, with the changing work ethic and classes becoming more intricate in the present day, the leisure class has become a social rank. Since idlers used to unite under “economical welfare” by sharing similar social and cultural codes, they now have the ability to appear as different parts of cultural contexts. This dissertation tries to understand the leisure class within the modern-day conditions by analysing television series which are both sourced by daily life and have the ability to shape it. Using Veblen’s observations on the leisure classes within in the conditions of the early industrial period, this study once again deals with the newly developed production style and vanity in the postmodern period. As a result of the research, it can be said that the idleness of our present day maintains its existence by gaining different meanings in different status groups and that it cannot be discussed as only one single leisure class.

Keywords: Veblen, The Theory of the Leisure Class, Idleness, Television, Content Analysis

ŒEKİL LİSTESİ

Œekil 1: Kitle İletiŒim Araçları Söylem Modeli

124

GÖRSEL LİSTESİ

Görsel 1: Ünal Karaman'ın Toplantılarından Birinden Bir Görsel

183

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1:	Yüksek Kültür ve Alçak Kültürün Karşılaştırılması	95
Tablo 2:	Güzel Sanatlar ve Popüler Kültür Ürünlerinin Karşılaştırılması	116
Tablo 3:	Propp'un 31 Karakter İşlevi	125
Tablo 4:	Televizyonda Program Türleri	142
Tablo 5:	2018 Eylül Ayının Televizyon Kanalları Bazlı Toplu Reyting Sonuçları	151
Tablo 6:	2018 Ekim Ayının Televizyon Kanalları Bazlı Toplu Reyting Sonuçları	152
Tablo 7:	2018 Kasım Ayının Televizyon Kanalları Bazlı Toplu Reyting Sonuçları	153
Tablo 8:	2018 Aralık Ayının Televizyon Kanalları Bazlı Toplu Reyting Sonuçları	154
Tablo 9:	Televizyon Kanallarının Dört Aylık Reyting Ortalamaları	155
Tablo 10:	Ele Alınan Dizilerdeki Aylak Karakterler ve Türleri	160
Tablo 11:	Ele Alınan Dizilerdeki İş Devamlılığı ve Boş Zaman Etkinlikleri Tablosu	163
Tablo 12:	Karakterlerin Boş Zaman Etkinlikleri Tablosu	165
Tablo 13:	Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz Dizisi Başrol Karakterlerinin Gösterişçi Tüketim Tablosu	172
Tablo 14:	Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz Dizisi İnsan Kaynakları Tablosu	181
Tablo 15:	Fedailerin Karakterlere Göre Dağılımı	182
Tablo 16:	Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz Dizisinde Görülen Lüks Tüketim Ürünleri Tablosu	185
Tablo 17:	Lüks Alet ve Araç-Gereçlerin Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı	186
Tablo 18:	Dekoratif Eşyaların Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı	188
Tablo 19:	Lüks Mobilyaların Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı	190
Tablo 20:	Sanat Eseleri Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı	192
Tablo 21:	Karakterlere Ait Mekanların Gösterimi	194

Tablo 22: Yasak Elma Dizisi Başrol Karakterlerinin Gösterişçi Tüketim Tablosu	207
Tablo 23: Yasak Elma Dizisi İnsan Kaynakları Tablosu	217
Tablo 24: Yasak Elma Dizisinde Görülen Lüks Tüketim Ürünleri Tablosu	219
Tablo 25: Lüks Alet ve Araç-Gereçlerin Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı	221
Tablo 26: Dekoratif Eşyaların Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı	223
Tablo 27: Lüks Mobilyaların Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı	226
Tablo 28: Sanat Eseleri Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı	228
Tablo 29: Karakterlere Ait Mekanların Gösterimi	229
Tablo 30: Ufak Tefek Cinayetler Dizisi Başrol Karakterlerinin Gösterişçi Tüketim Tablosu	244
Tablo 31: Ufak Tefek Cinayetler Dizisi İnsan Kaynakları Tablosu	253
Tablo 32: Ufak Tefek Cinayetler Dizisinde Görülen Lüks Tüketim Ürünleri Tablosu	255
Tablo 33: Lüks Alet ve Araç-Gereçlerin Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı	257
Tablo 34: Dekoratif Eşyaların Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı	260
Tablo 35: Lüks Mobilyaların Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı	262
Tablo 36: Sanat Eseleri Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı	264
Tablo 37: Karakterlere Ait Mekanların Gösterimi	265

GİRİŞ

Aylaklık durumu, Türk Dil Kurumu tarafından, işsiz, boş gezen, avare kimse olarak tanımlanmaktadır. İş bu sebeple çalışmayı reddeden kimse rahatlıkla “aylak” olarak addedilebilir. Fakat aylak olmak tarihsel gelişimine bakıldığında bu kadar kolay da değildir. Bu sebeple “aylaklık” durumunun konumuzla ilintili olacak şekilde daraltmasını yapmakla başlamamız gerekmektedir. Çalışmamızın konusu olan aylak karakterler ne Paris pasajlarında kaplumbağasını gezmeye çıkararak pelerinli adam, ne de boğucu St. Petersburg’da “sıkıca kabuğuna tutunmaya çalışan” Raskolnikov’dur. Keza Monsieur Hulot, Turist Ömer, Jeffrey Lebowsky gibi aylak karakterler de bizim üzerinde durduğumuz “aylaklık” kavramından farklılık göstermektedirler. Zira tüm bu saydığımız karakterler uyumsuz, modernizmin zorunlu yaptırımcı yasaları gibi her türlü unsurları reddeden ve sistemden bağımsız hayatta kalmaya çalışan kimselerdir.

Bizim ele alacağımız aylak karakterler ise, bahsettiğimiz diğer aylak karakterlerden farklı olarak sistemle uzlaşmış ve hatta sistemin devamlılığını sağlayan kimselerdir. İlk kez Veblen tarafından çalışmaktan muaf, amaçlı emeği hor gören , “aylak sınıf” olarak nitelendirdiği toplumun üst kesimine özgü tüketim anlayışı olan bu bireyler, aylaklığı yaşam tarzı olarak benimsemişlerdir. Veblen için üretim güçlerini elinde bulunduran “aylak” olarak adlandırdığı bir sınıf ve hayatı boyunca onun emrinde hizmet gören “emek” vardır. Aylak sınıf, sahip olduğu sermaye ve yönetim gücüyle aylak olmaya muktedirdir. Bunun dışında kalanlar ise artık emek üretimiyle aylaklığı var etme pahasına hayatta kalmaya çalışarak yükümlüdür. Bu ikisine de dahil olmayan, önceki paragrafta bahsettiğimiz diğer aylak hem asgari yaşam koşullarını karşılayamayan hem de çalışma eyleminden kaçınan, “onursuz” aylaklar olarak nitelendirilmektedir. Üretmeme paydasında birleşmeler de aylak tanımını, en keskin yol ayrımına getiren nokta bu durumdur: onurlu ve onursuz aylaklık.

Onurlu aylak, hayatını idame ettirebilmek adına çalışma veya diğer insanlarla ve hatta hayvanlarla ortak paylaşılan yemek, içmek, ısınmak gibi ihtiyaçları gidermeye

dönük çalışma; tahsilat, borç ödemek gibi ayak işlerinden muaf, bu işleri yerine getirebilmek üzere kölesi veya çalışanı olan, dolayısıyla oldukça boş zamana sahip bu sebeple aylak ama soylu olarak adlandırılan kesime özgü bir ifadedir. Onurlu aylak geçmiş gündelik hayatta daha çok, dini törenlere önderlik etme, savaşlarda komutanlık yapma, spor müsabakalarını eşsiz hünerleriyle şereflendirme gibi fayda getirmeyen ancak göz önünde olan işlerden sorumludur. Hatta avcılıkta bile, açlığı gidermek için avlanma ihtiyacı, bir yoksunluğu gidermek adına gerçekleştirilen bir eylem olarak “onursuz” bir davranışken, aylak, avlanma eylemini bir spor olarak gerçekleştirir. Hatta sırf bu sebeple avlanan hayvanların türleri bile farklılık göstermektedir. Açlığını gidermek isteyen birey avlanırken tercihini domuz, geyik gibi hayvanlardan kullanırken, aylak, açlık ihtiyacını herhangi bir şekilde karşılamayacak ve yakalaması zor tilki, ayı gibi hayvanları tercih ederek, kudretini görselleştirmek için bunu kullanır.

Soylu aylaklığın gösteriş ihtiyacına daha sonra değinilecektir, ancak günümüz aylak bireylerinden – ki günümüzde aylak bireylerden çok aylak temsillerden, o kadim şatafatın hayaletlerinden, söz edebiliriz- bahsetmeden önce, aylaklık kavramının ortaya çıkışı ve günümüze kadar değişen aylaklık anlayışından kısaca bahsetmemiz gerekmektedir. Aylak sınıf kavramını ortaya atan Veblen, insan türünün amaçsal köklerine inerek evrimsel izleğinin kuramını geliştirebilmeye çalışır. İlkel komünal dönemde kadının, faydalı meta olarak sahiplenilmesi ve değişim değeriyle ortaya çıkan “efendilik” serüvenini, tarımsal faaliyetlerin başlaması ve ardından üretimin kurumsallaşmasıyla beraber erkeklerin de üretime katılması ve toprak sahiplerinin hegemonyasıyla devam ederek meşrulaştırıldığını ifade eder. Yarı barbar dönem sonrası korunma ihtiyacıyla ortaya çıkan derebeylik ve merkezi krallıklar bu sistemi devam ettirdiği gibi, aydınlanma sadece insanlığın kırbacının el değiştirmesine olanak vererek yeni efendilere - burjuvaziye - fırsat tanımıştır. Bu soylu kişilerin varoluşunun insanlık kadar eski olduğuna pek çok kaynakta rastlanmaktadır. Yunan-Pers savaşlarının başlangıcına dahi soylu bir kadının köleleştirilmesinin sebep olduğunu iddia eden Herodot – çünkü köle olmak o kadının yaradılışına aykırıdır – açıkça görülen aylaklığı Trakyalı bir kavimden bahsederken şu şekilde ifade eder;

Dövme yaptırmak soyluluk işaretidir; dövmesiz olmak kötülük getirir. Hiçbir iş görmemek kibarlıktır; toprakta çalışmak şerefsizliğin en aşağısıdır, soylu yaşamak demek, savaşa gitmek ve başkalarını soymaktır. Belli başlı görenekleri bunlardır.

Görüldüğü üzere, Veblen aylaklık kavramını ortaya atmakla bu konudaki ilk kuramsal çalışmayı üreten kişi olmasına rağmen, aylaklığın kıstasları aslında çok öncesinden toplumsal yapının genlerine kazınmış ve ortaya çıkarılmayı beklercesine içselleştirilmiştir. Emekten muaf olmak, emekle üretilen değer paylaşımında söz sahibi olmak ve emek üreten kimsenin gıpta edeceği onur ve soyluluk kodlarını kullanmak çağlardan beri süregelen bir anlayış olmuştur. Ritzer'in aylaklık kavramına getirdiği eleştiride her ne kadar post fordist üretim koşullarında artık tam aylak bireylerin yerini yarı aylak bireylerin aldığından bahsetse de günümüzde karşılaştığımız aylak bireylerin gündelik yaşantılarını kurma pratiklerinden bu geleneği devam ettirdikleri gözlenmektedir.

Aylağın aylaklığını gösterme biçimi gösterişçi tüketimdir. Diğer bir ifade ile gösterişçi tüketim kişinin ait olduğu ya da ait olmayı arzuladığı sosyo-ekonomik statünün göstergesi olmakla birlikte aynı zamanda toplumun alt tabakalarıyla arasına sosyal mesafe koymasının da bir aracıdır. Örneğin; Sombart'a göre aristokratlar karşısında ekonomik anlamda güçlenen burjuva aristokratik sınıfın değerleri ve incelmış zevkine öykünmüş ve en kolay yol olarak onların tüketim kalıplarını benimseyerek gösterişçi tüketime başvurmuştur. Günümüz, yani ileri kapitalist dönemde ise gösterişçi tüketim çok daha geniş bir kitleye kapılarını açarken, izlerini temelde insanın kendini inşa edebileceği modern düşüncesinde sürebileceğimiz bir anlayıştan tamamen bağımsız olmayacak şekilde ve bu dönüşüm ve yaratım sürecinin ise tüketimle gerçekleşebileceği yani diğer bir deyişle ne tüketiyorsan o'sun anlayışının egemen kılındığı görülür. Böylece farklı sosyo ekonomik statülere sahip toplumun farklı tabakalarının neredeyse uzlaştığı tek nokta olarak tüketim, sahip olunan statünün göstergeleri olarak ise gösterişçi tüketim, karşımıza çıkar. Hatta Debord'un meta hümanizmi tanımıyla ifade ettiği bu durum her ne kadar tüketimin

demokratikleşmesi kavramıyla karşımıza çıksa da tüketimin ne kadar demokratikleşmiş olduğu ayrı bir tartışmanın konusudur.

İfade edildiği üzere dönüşen kapitalist sistem günümüzde herkesi müşteri olarak görerek tüketime davet etmekte ve bu tüketimi gerçekleştirebileceği veya o an gerçekleştiriyor olsa dahi daha sonra gerçekleştirmek üzere tohumlarının atılacağı boş zamana ihtiyaç duyar. Fakat burada bahsettiğimiz boş zaman kavramını aylıklıkla karıştırmamak adına kısaca açıklamakta fayda var. Boş zaman, işten arta kalan zamandır, boş zamana sahip olmak için emek üretmek gerekir. Aylıklıksa emek üretmenin gerekli görülmediği bir yaşam tarzıdır. Bauman'ın çalışma etiğinden, tüketim estetiğine geçiş olarak yorumladığı bu sistem, bir kazanım olmaktan çok insanların çağlar boyunca öykündüğü aylaklar gibi olmaları için bir fırsat doğurmuştur. Ekonomik ve teknolojik çerçevede sanayileşme sonucu kitleleşen üretim, çalışanların aynı zamanda müşteriler olduğu idraki ile tüketim çerçevesinde önemli birer aktör olarak görmeye başlayan ve sistemin devamlılığı adına tüketebileceği boş zamana sahip olması gerektiği anlayışı ile dönüşerek içine girdiği krizden çıkan kapitalist ekonomik sistem, kapitalist sistemin ihtiyaçlarına dönük mesajları örtülü veya reklamlar vasıtasıyla açıkça kitleye ileten kitle iletişim araçları – ki Paul Wernick kitle iletişim araçlarında yayınlanan reklam ve reklam dışındaki içerik arasında organik bir bağ olduğundan bahseder -; psikolojik ve sosyolojik çerçevede ise yine kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasında hayati bir rol üstlendiği tüketim kültürü aracılığıyla toplumda kabul ve saygı görmenin, ötekilerden farklılaşarak kendi olabilmenin ve hatta olmak istenilen benliğe ulaşmanın yolu olarak tüketimi sunan bir takım metaforlarla yaratılmış mitler ve yine bu mitlere bağlı olarak gündelik hayattaki yansımaları ilk etapta akla gelmektedir.

Bu noktada çalışma, Veblen'in ortaya koyduğu, her dönemde farklı özellikler gösterse dahi bir olgu olarak aylıklığın, her zaman var olduğu ve gösterişçi tüketimle anlamını ortaya koyduğu savından hareketle günümüzde kitle iletişim araçları vasıtasıyla yaratılan öykünülecek modeller olarak sunulan aylak temsillerinin izleyici tutumları ve tüketim alışkanlıkları üzerindeki rolünü tartışır. Burada ele alınacak olan

kavramın içinde bulunduğumuz dönemin aylaklığının değil aylak temsilinin olduğunu vurgulamak gerekir. Diğer bir ifade ile içinde bulunduğumuz simülasyon evreninde kitle iletişim araçlarının bize sunduğu aylak ikonları ele alınacaktır. Tıpkı feodal bir efendinin binlerce vassalı olduğu gibi, bugün de kitle iletişim araçlarında gösterilen aylak temsillerin milyonlarca “fanı, takipçisi, izleyicisi”nin var olması ve zamanında karın tokluğuna efendisine hizmet eden topluluğun bugün hoşça vakit geçirmek için yeni efendilerine bağımlı hale gelmiştir. Aylak temsillerin, feodal efendiden bu güne geçirdiği dönüşüm ve günümüzde varlığını sürdürüp sürdürmediği arayışı çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Bu çerçevede hala en yaygın kitle iletişim aracı olma unvanını elinde bulunduran televizyonun sunduğu aylak temsilleri tartışılacaktır.

Çalışmanın Adı

Aylak Sınıfın Dönüşümünün Türk Medyasındaki Temsili: Türk Televizyon Dizileri Örneği

Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı üretim araçlarına sahip olan ve amaçlı emek üretmekten kaçarak onu hor gören “aylaklığı” en yaygın kitle iletişim aracı olan televizyonda sunulan temsilleri bağlamında ele alarak aylak sınıfların günümüzde hala var olup olmadığını ve geçirdiği dönüşümü anlamlandırmaya çalışmaktır.

Çalışmanın Önemi

Tüketim toplumu olarak adlandırılan günümüz toplumunu ele alırken gösterişçi tüketim olgusuna bağlı olarak literatürde Veblen ve onun ortaya koymuş olduğu aylaklık kavramına sıklıkla başvurulduğu görülür. Ancak literatürdeki çalışmalardan

farklı olarak bu çalışma, aylıklık kavramının günümüzde hala var olup olmadığını araştırıp, aylağın geçirdiği dönüşümü ortaya koymaya çalışarak, “Aylak Sınıfın Teorisi’ne” güncel bir yorum getirmesi bakımından önem arz etmektedir.

Çalışmanın Yöntemi

Çalışmada öncelikli olarak üzerinde çalışılacak olan programlar, belirlenen aralıkta en çok izlenen beş televizyon kanalı arasından seçilecek dört adet dizi olarak belirlenecektir. Ardından ilgili diziler sekizer bölüm izlenerek elde edilen veriler “nitel içerik analizi” bağlamında değerlendirilecektir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. TARİHSEL SOSYOLOJİK BAĞLAMDA ÇALIŞMA VE AYLAKLIK OLGUSUNA YÖNELİK KURAMSAL KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Televizyondaki aylak temsilleri inceleyeceğimiz çalışmamızın ilk bölümünde çalışma kavramını ele alacağız. Çalışmamızın devamında ise çalışma kavramından çıkan ve konumuz olan aylaklığın tanımından ve tarihsel gelişim sürecinden bahsedeceğiz. Bununla beraber, çalışmamayı bir hayat tarzı olarak benimsemiş “aylak” kesimi, aylak olarak adlandıran ve bu kavramı literatüre kazandıran Veblen’in kuramından yola çıkarak, aylaklığı bir sınıf olarak nitelendiren araştırmacının kuramını sosyal tabakalaşma bağlamında günümüze uyarlamaya çalışacağız.

1.1. KAVRAMSAL AÇIDAN; ÇALIŞMA VE AYLAKLIK

Aylak temsillerini ele alacağımız çalışmamızda, çalışma kavramından öncelikli olarak bahsetmekte fayda görmekteyiz. Aylaklığı konu alan bu çalışmada, çalışma kavramından bahsedilmesinin sebebi öncelikle, aylaklık ve boş zaman gibi kavramların, çalışmak eyleminin kendi içinden çıkmış olmasıdır. Ayrıca çalışmamızın devamında değineceğimiz, aylak temsillerin yaşam tarzlarını anlamak için, çalışma ahlakı ve çalışma ahlakının geçirdiği dönüşümün ortaya konulması önem arz etmektedir.

“Çalışma”, TDK Güncel Türkçe Sözlüğüne göre, çalışmak işi, emek, “say” gibi anlamlara gelmektedir.¹ Eğer çalışma sözcüğünü konumuzla daha ilintili hale getirmemiz gerekirse, çalışma, kişinin hayatını idame ettirebilmesi için sağladığı

¹

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.58f4602e4c9320.50970948

emektir diyebiliriz. Bu emek çağlar boyunca dönüşüm gösterirken - ki bu dönüşüme çalışma ve aylıklığın değişen toplumsal koşullarla beraber geçirdiği dönüşümleri incelediğimiz kısımda yer vereceğiz - emeğin karşılığı para veya mal gibi bir takım tüketim araçlarıyla ödenmekte ve kişi de bu ödeme neticesinde hayatını devam ettirebilmektedir. “Çalışmanın” en temel nedeni budur.

Bununla birlikte çalışmak, toplumlarca temelde itici görülen de bir eylemdir. Öyle ki, çalışma sözcüğünün Fransızca karşılığı olan, *travailler*, Latince *tripaliare* sözcüğünden gelmektedir. Tripaliare sözcüğü üç çatallı mızrak anlamını taşımakla birlikte, sözcüğün bir diğer çekimi olan *tripalium*, üç çatallı mızrakla işkence edilmesi manasına karşılık gelir (Febvre, 1995: 109). Kelimenin etimolojik kökenine baktığımızda da çalışmanın hoş görülme, işkence algısı yaratan bir eylem olduğu anlaşılmaktadır. Hatta, Port Royal münzevileri, manastır tarikatlarının egemenliğini kendi ellerine geçirdiklerinde gerçekten nefislerine hakim olacakları ve etkin çile çekme arayışlarına girişmişlerdir. Bu doğrultuda, kol çalışmalarının en iyi çile çekme yolu olduğunu düşünerek, toprakla uğraşmaya başlamış ve arayışında oldukları eşsiz çileyi ekme-biçme işlerinde bulmuşlardır (Febvre, 1995: 110).

Aslında çile tam da ekme-biçme eyleminin karşılığıdır. Tevrat’a göre, Adem yasak meyveyi yediği için cezalandırılır ancak bu ceza çok yaygın kanının aksine dünyaya gönderilmek değildir. İlgili metin şöyledir²;

“Rab Adem’e şöyle dedi:
Karının sesini dinlediğin
Ve yemeni yasak etmiş olduğum ağaçtan yediğin için,
Toprak senin yüzünden lanetli olacaktır;
Hayatının tüm günlerinde,
Yiyeceğini ondan zahmetle çıkaracaksın.
O sana dikenler ve çalılar üretecek
Ve kırların otunu yiyeceksin.
Topraktan alınmış olduğun,

² Tevrat, Başlangıç - 5

*Tekrar ona dönünceye kadar,
Ekmeğini yüzünün teri içinde yiyeceksin;
Çünkü topraksın toprağa döneceksin.”*

Anlaşılan o ki Adem için pek iyi gitmeyen süreçte, Adem'in cezalandırıldığı şey dünyaya gönderilmek değil “ekmeğini yüzünün teri içinde yemektir”. Zira cennetin izin verilmiş tüm yemişleri artık hazır halde onu beklemiyordu, Adem çalışmakla lanetlenmişti. Uhrevi tarihin ilk laneti böylece “çalışmak” olmuş ve Ademoğulları olan bizlerin de yakasına yapışmıştır.

O zaman postmodern toplum için neden hala lanetin getirdiği çalışma eylemini devam ettirmek gerektiği ve bireyin hayatını devam ettirebilmesinin başka bir yolu olup olmadığı sorusu gündeme gelir. Ancak günümüzde kurduğumuz sistemler doğrultusunda - ki çalışma kavramını sanayi devriminden önceki ve sonraki anlamlarıyla aynı şartlarda değerlendirmek mümkün değildir - çalışmaya etki eden farklı faktörlerden de bahsedilebilir. Zira insan her zaman yaşamını devam ettirmek için çalışmaz. Bunun dışında sosyal bir ihtiyaç olarak da çalışmak ister. Çalışmak kimi zaman birey için, bir bütünün parçası olma isteğinden kaynaklanmakta ve bu durum çalışma ihtiyacından çok daha baskın gelmektedir (Kropotkin, 2007: 156).

Çalışmaya etki eden bir diğer faktör de çalışmanın kutsanmışlığıdır. Yunan düşünürlerinin amaçlı emeği hor gören anlayışının ortadan kalkması ve çalışmayı ibadet gibi gören Lutheryan, Kalvinizm gibi mezheplerin mensuplarının bir dönem domine ettiği kapitalist sistem içerisinde çalışmanın erdem ve ahlakı yükselmiştir (Weber, 1999: 137). Günümüzde çalışmanın değerli görülmesi ve bireyin ihtiyacı olmasa dahi kendine çalışma adına belli meşguliyetler üretmesinin temel nedeni budur. Kapitalizmin sanayi sonrası protestan çalışan ve işverenlerce dönüştürülen anlayışının çalışma kavramına getirdiği anlam çalışmamanın kötü, çalışmanın ise iyi olduğu üzerinedir.

Protestan ahlakının çalışma hayatı üzerine etkisine daha sonra genişçe değinilecektir. Fakat günümüze geldiğimizde, çalışmaya etki eden bir diğer faktör de mutlu olmaktır (Bauman, 1999: 13). Bu durum çalışmanın mutluluk vermesinden

ziyade, çalışmayla elde edilen kazancın, hazcı tüketim araçlarına ulaşmayı kolaylaştırmasıyla mümkündür. Bu kavrama da daha sonra değinilecektir ancak çalışmaya etki eden faktörleri son olarak sıralayarak çalışma kavramına genel bir tanım getirmemiz gerekirse; çalışmak, insanın yaşamını devam ettirmesi, sosyalleşmesi, mutlu olması ve kendinden beklenen ödevi yerine getirmesi için gerçekleştirdiği üretici faaliyetlerin bütünüdür.

Çalışmak, toplayıcı kabileler kadar eski ve günümüzde halen devam eden, insanoğlunun en eski geleneğidir. Fakat bu geleneğin zaman içerisinde belli dönüşümler geçirdiğinden bahsetmiştik. Bu dönüşümlere tarihsel perspektifte değinmeden önce, çalışma kavramının karşısında yer alan aylaklık kavramına değineceğiz.

1.2. AYLAKLIK KAVRAMI VE AYLAK ÖZNEİNİN ÖZELLİKLERİ

Aylaklık tarih boyunca toplumlarca içselleştirilmiş bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sebeple aylak öznenin özelliklerini anlayabilmek için antik metinleri incelemenin faydalı olduğu kanaatindeyiz. Örneğin; geçmişi M.Ö. 3000'lere kadar dayanan Sümer yaratılış mitosunda, insanın tanrılara hizmet etmesi için yaratıldığından söz edilir (Çığ, 2005: 35-36). İlgili anlatıya en eski tarihli olarak Sümerler'in "Sığır ve Tahıl" mitinde rastlanılmaktadır. Bahsi geçen şiirde, sonradan yaratılmış, diğer tanrıları beslemekle görevli Lahar ve Aşnan adı verilen besicilik ve tarım tanrılarının, işlerini yapmakta yetersiz kaldığından bahsedilmektedir. Şiirin ilgili kısmı şu şekildedir (Kramer, 1999: 138);

*Lahar ve Aşnan 'ın ürünlerini,
Dulkug'un³ Anunnakileri⁴ yiyor, ama doymuyorlardı;
Has ağıllarındaki sütü ve iyi şeyleri,
Dulkug'un Anunnakileri içiyor, ama doymuyorlardı;
Has ağıllarındaki iyi şeylerin hatırına,
İnsana soluk verildi.*

³ Sümer mitolojisinde, tanrıların yaşadığına inanılan yer

⁴ Sümer mitolojisinde, ilk yaratılmışlar, kadim, tanrılar

Böylece, iki tanrının yetemediği beslenme işleriyle ilgilenmesi için insan yaratılır. İnsan, yaratıcısına şükranlarını sunmak için bir ömür boyu tanrılarına kurban vermek ve ekip-biçmek, tapınaklarını çeşitli yemeklerden oluşan sunular ve testilerce birayla doldurmakla görevlendirilir. Ayrıca çift olarak üreme kabiliyetine sahip olan insan zamanla sayılarının artmasıyla iki tanrıdan daha kullanışlı bir hizmetçi halini alacaktır. Ne kadar çok inanan ve sunu ibadetlerini yerine getiren olursa, tanrılar da aylıklık eğilimlerini devam ettirecek ve o kadar hoşnut kalacaklardır. Güvenli bir yaşam sürmek ve iyi bir mümin olarak öteki dünyada rahat etmek isteyen, yaratılışı itibariyle hizmetçi olan insan da tanrılarının bu vasıflarını devam ettirebilmeleri adına bir ömür boyu ibadetlerine devam edecektir.

Sümer “Yaratılış Şiiri”nde de aynı durum daha ayrıntılı şekilde anlatılmaktadır. Zaman içerisinde sayıları artan tanrılar, işlerinin çokluğundan ve yiyeceklerin hazırlanmasının zorluğundan yakılarak bu duruma bir çare bulması için Nammu’ya yakınır ve Nammu⁵ da Enki’ye⁶ danışarak “tanrılara hizmet için yaratılan insanın” varoluşuna vesile olur (Kramer, 1999: 135). Bu şiirde de yine insanın yaratılış amacı tanrıları geçim için emek harcamaktan kurtarmaktır (Kramer, 1999: 132);

(Nammu der ki)

*Ey oğul! Kalk yatağından, bilgeliğini göster;
Tanrılara hizmetkarlar biçimle, onlar üretsün*

Enki konu üzerine düşünür, iyi ve soylu şekilleyicilerin başına geçer ve insan yaratılır;

(Enki der ki)

*Ey Ana! Yeni doğanın yazgısını belirle,
Ninmah onun üstüne tanrıları yerleştirecek*

⁵ Sümer mitolojisinde, ilksel deniz, ana tanrıça

⁶ Sümer mitolojisinde, su ve bilgelik tanrısı

Böylece ilk insanın yaratılışında, “onun üstüne tanrılar yerleşecek” sözüyle de anladığımız üzere, insan tanrılarının altında bir sınıf olarak konumlandırılmış ve tanrılarının emrinde emek üretmekle görevlendirilmiştir. Böylelikle tarih boyunca üretim ilişkilerinde görülen emir-emek ilişkisi, tanrılar ve insanlar arasında da kurulmuştur. İnsanlar, patronu olan tanrılara hizmet etmek ve aylıklıklarının devamını sağlamanın yanı sıra, yaratılmış olduklarının minnetini de tanrılara sunarak onları hoşnut edeceklerdir.

Sınıf kavramı veya iş bölümünün “tanrısal bağlamda gerekliliği” Cermen mitlerinde daha iyi anlaşılacaktır. Ancak kadim Cermen anlatılarına geçmeden önce Babillere ait, daha iyi korunmuş olan, kaynağını ciddi ölçüde Sümer inanışından alan bir diğer yaratılış destanı olan Enüma Eliš'te⁷ de insanın yaratılışını ele almamızda fayda var. Sami dilinde yazılmış ve Kral Asurbanipal'in (M.Ö. 683-630) büyük kütüphanesinde tespit edilen eserde (Heidel, 2000: 9) ayrıca, Sami dil ailesindeki insan sözcüğünün terminolojisine değineceğiz. İlgili yazmanın beşinci tabletinde Marduk insanı yaratma planından bahsederken; (Heidel, 2000: 69)

Kan yaratacağım ve kemik olduracağım;

Sonra lullü'yu çıkaracağım ortaya, insan olacak adı!

Evet yaratacağım lullü'yü: insanı!

Onun üstüne yıkılacak tanrıların hizmeti, dinlenebilsinler diye.

İnsan, destanın bu kısmında, Sümerce bir terim olan “lullü” sözcüğü ile ifade edilmiştir ancak tam olarak insan anlamını da karşılamayan sözcük, M.Ö. 3000 yıllarında kullanılan Eski Sümerce'de “(herhangi bir) kimse” anlamına gelen “lu”, kökünden türemiş, belirli bir kimseyi işaret etmektedir.⁸ Bu sözcük daha sonraları, tam manasıyla, insan anlamına gelen “amēlu” sözcüğü olarak Samice'ye çevirilir. Amel sözcüğü aynı zamanda Sümerce'de “işçi” anlamına gelir.⁹ Dolayısıyla amēlu sözcüğü de işçi anlamına gelen amel ve kişi anlamına gelen lu sözcüklerinin birleşimiyle yeni bir anlam olarak “insan” kavramına karşılık gelen kelimeyi türetmişlerdir. Ancak bu

⁷ Sami dilinde, “Vaktiyle Yukarıda”

⁸ <http://psd.museum.upenn.edu/epsd1/nepsd-frame.html>

⁹ http://www.bulgari-istoria-2010.com/Rechnici/Sumerian_Dictionary.pdf

insan sözcüğü parçalara ayrıldığında “iş yapan kişi” anlamı çıkmaktadır. Hatta günümüzde Sami dilleri ailesinden olan Arapça’ya baktığımızda da amel sözcüğü “çalışma, iş yapma” gibi anlamlara karşılık gelmektedir.¹⁰ Hatta bu kökten türetilmiş, işçi anlamındaki “amele” sözcüğü, hor görülen bir kısım işçiye dair hakaret içerikli bir terim olarak Türkçe’de de oldukça sık kullanılmaktadır.

Destanda da görüldüğü gibi, insan aslında yaratılış amacını bizzat kendini ifade eden sözcükte bile taşımaktadır. İnsan, kendi işlerini yapmaya yüksünen tanrıların altında, çalışan kimse olarak varolmuş ve tanrıların sonsuza kadar devam edecek olan aylaklık hallerinin devamlılığını sağlamakla görevlendirilmiştir. Çalışmak, tanrılar tarafından sevilmemiş ve bu işi birine yıkmak istemişlerdir. Buradan zaten, çalışmanın sevimsiz ve istenmeyen bir şey olduğu anlamı çıkmaktadır. İnsanı yaratma kudretine sahip olan tanrılarsa, insanın kendi işini yapacak başka bir canlı yaratamamasının getirdiği ayrıcalıkla, yaratılışı gereği işten kaçamayacak insanın karşısında kudretlerini aylaklık vasfıyla taçlandırmışlardır. Çalışmak yalnızca güçsüz olanın ve savunma ihtiyacı duyanın gerçekleştireceği bir eylemdir, gerçekten güçlü kişilerince çalışmaya ihtiyacı yoktur.

Aylaklık belki tanrısaldır, ancak tanrılara özgü değildir. Tanrılardan önce yeryüzüne gelmiş olan insan, muhtemelen erk sahibi aylakların gündelik pratiklerinin prestijini toplumsal yaşantılarında kanıksamış olacak ki yarı barbar dönemin bu ayrıcalıklı toplumsal gruplarının vasfını tanrılarına adanmışlardır ve ilksel olandan geldiğini iddia etmişlerdir. Aylaklık kavramının tarihsel sürecini diğer başlıkta inceleyeceğiz. Fakat bahsetmek gerekir ki Mezopotamya’dan çok uzakta yaşayan Cermen halkları da aylaklığın asil göstergelerini kavramış, ancak Mezopotamya halklarından biraz farklı olarak kendi yaratılış anlatılarında aylaklığı sadece tanrılara ait görmeyip, toplumun sınıf ihtiyacını ve sınıfların tepesinde oturan aylağın konumunu tanrısal kaynaklarla belirlemişlerdir. Cermen kültüründe insan, sadece tanrıya hizmet eden değil, sınıflar halinde yaratılan, toplumsal rolü olan ve tüm bunların sağlıklı ilerlemesi için emir alan bir varlıktır. Bu sistem ise tanrılar tarafından

¹⁰ <http://www.etimolojiturkce.com/kelime/amel>

üretmiş, herkesin mutlu olduğu mükemmel bir sistemdir.¹¹ Anlatı, Heimdall adlı tanrının hatıratından ziyade kadim atalarca üretilmiş ve Cermen halkına mal olmuş dinsel bir metindir.

Aylak kavramının çerçevesini çizmeye çalıştığımız çalışmamızın bu kısmında, kavramı açıklayabilmemiz için gerekli önemli karakterlerden biri de Davud'tur. Kral Davud, silah yapımıyla ilgilenmektedir, bunun için demiri ustalıkla işleyebilmektedir.¹² Zira onurun değerini yücelten barbar anlayışa göre, can almak, ötekinin yaşam hakkını elinde tutabilmek, onurlu bir iş olarak kabul edilir. Kan dökme eylemi, kullanılan alet ve aksesuarlarla göz alıcı olmalıdır. Bu sebeple silah yapımı da onurlu bir iş olarak görülür. Ayrıca Golyat adlı Filistin'li savaşçıyı yenen yegane kişi olması da yine barbar kültürün kutsadığı onurlu "savaşçılık" vazifesine işaret etmektedir.¹³

Savaşçı kimliği bir yana Davud'un hali hazırda bir kral olarak aylaklığının en önemli göstergesi boş zamandır. Bunun en büyük kanıtıysa Davud'un çok iyi bir lir ve ses sanatçısı olmasıdır.¹⁴ Sanatla ilgilenmek, bolca boş zaman, tatbik ve ince zevkler gerektirir (Veblen, 2005: 45). Bu sebeple lir ve vokaldeki başarısı Kral Davud'un sahip olduğu boş zamanın göstergelerindedir. Ayrıca sanatla alakadar olmak için Davud'un sahip olduğu inceltmiş zevkler, aristokrasiyi halktan – daha doğrusu halk kültürüne ait olandan - ayıran yegane unsurlardandır. Davud'un da Tevrat'ta yöneticisi olduğu halktan çoğu zaman "koyunlarım" diye söz etmesi toplum karşısında kendini nasıl konumlandığını ve sınıf olarak ayrıştığını göstermektedir.

¹¹ Anlatı, Snorri Sturluson'un derlediği Nesir Edda'sı içinde Rígsþula(Rig'in Şarkısı) isimli şiirde geçmektedir.¹¹ Rígsþula'da anlatılana göre toplum ırgatlar, çiftçiler (veya zanaatkarlar) ve krallar(soylular) olarak üç kesimden oluştuğuna inanırlardı. Bu inanışın temeli ise As Tanrılar'ın kurulundan çıkan, muhtemelen iş bölümünü belirlemek için, bir karar olduğu söylenebilir. Karar doğrultusunda Heimdall, sınıfları yaratmak üzere, insanların yaşadığı boyut olan Midgard'a gider ve Rig takma adıyla bir birinden farklı sınıflara ait üç eve ziyaretlerde bulunur.

¹² Kuran-ı Kerim, Sebe Suresi, 10. Ayet

¹³ Tevrat, 1. Samuel, 17. Bölüm

¹⁴ Tevrat, 1. Samuel, 16. Bölüm, 23. Ayet

Tüm görev ve hobilerinin yanında hiç birisi Davud'un yürüttüğü dini önderlik görevi kadar onurlu değildir. Tevrat'ta Ahit Sandığının Yerusaleml'e taşınmasıyla ilgili olan kısımda, sandık taşınırken Davud'un kortejin önündeki sandığın etrafında dans ettiğinden bahsedilmektedir.¹⁵ Davud'un bu önemli seramonide en önde yer alması onun dini önderliğinin kanıtı olmakla birlikte, onurlu bir eylemdir. Bununla beraber seramonide sandığa dokunma cürretini gösteren Uzza adındaki sıradan, halktan biri Tanrı tarafından kül edilir. Bu da Davud'un yürüttüğü onurlu işin önemini göstermek adına yazında yer almıştır.¹⁶

Aylaklık kavramıyla ilintili olarak, antik toplumlarca içselleştirilmiş örnekleri daha da çeşitlendirebilmemiz mümkündür. Toplumların, eski inanç dünyalarına ait metinlerin incelenmesi, bu metinlerin günümüz toplumlarını oluşturan temel nüanslara kaynaklık etmiş olmaları ve "ben kimim" diye soran ilkel insanın kendine dair ürettiği ilk teoriler olması bakımından önemlidir. Bizim de bu tür metinlerden okuduğumuz üzere aylaklık, "ben kimim" diye soran insan kadar eski ve sadece tanrılara özgü değil, toplumsal yaşamda açıkça görülecek kadar aşık, insanlığın en eski kabullerinden biridir. Fakat biz çalışmamızın amacından uzaklaşmamak için benzer örneklerimizi burada sınırlandırmamız gerekmektedir. Buraya kadar farklı dönem ve coğrafyalardan ele aldığımız örnekler, aylaklık kavramının genel çerçevesini çizmek ve özelliklerini belirlemek, daha da önemlisi böyle bir kavramın literatürde varolmasının haklılığına dair bulguları edinmemiz için yeterli görülmüştür.

Elde ettiğimiz bulgular ışığında, aylaklık kavramını tanımlamamız gerekirse, aylaklık için, toplumda, siyasi erk sahibi veya üretim araçlarının kontrolünü elinde bulduran kişilerin yaşam tarzı olduğunu söyleyebiliriz. İnsan, hayatı kurmakla yükümlü çalışmak zorunda olan bir varlıktır. Ancak yaşamın devamlılığı için zaman ve enerji tüketen tüm üretim faaliyetleri, değersiz işler olarak görülmektedir. Tüm bu yıpratıcı süreç, onurla anılan aylak için uygun işler değildir. Aylak iş bu sebeple sahip olduğu boş zamanı, bulunduğu toplumda tek olabileceği, komutanlık, dini önderlik

¹⁵ Tevrat, 2. Samuel, 6. Bölüm, 16. Ayet

¹⁶ Tevrat, 2. Samuel, 6. Bölüm, 8. Ayet

gibi işlerle değerlendirir. Fakat yine boş zamanını dolduramayan aylak bu boş zamanı ayrıca yüksek kültüre ait sanatsal etkinliklerin icrasıyla değerlendirir. Daha doğrusu sanatla ilgilenmek boş zaman gerektirir ve aylak da bu gerekli boş zamanı karşılayabilecek bir yaşam tarzına sahiptir.

Boş zamanın, özgür insan olmakla ve kendi boş zamanını üzerinde söz sahibi olabilmek ve kendi boş zamanını değerlendirmede, birey ne kadar etkinse o kadar özgür olabildiğinden bahsetmiştik. Tüm bu boş zamanını kendi isteğine göre planlayabilen, zamanı üzerinde tahakküm kuracak bir efendiye hizmet etmeyen kişidir aylak aynı zamanda. Aylak, sanatsal faaliyetler dışında emek üretme faaliyetlerini, savaş aletleri yapımı, at ve köpek yetiştiriciliği gibi, yaşamın devamı için faydasız ancak kudretinin göstergesi ve ince zevklerinin takdir edilmesi için yürüten bireydir.

Aylaklık aynı zamanda yaşamını sürdürmek için para kazanmak zorunda olmayan bireyleri tanımlayan bir kavramdır. Bu insanlar ya hiç para kullanmayacak veya yemek yemeyecek kadar sıradışı, ya da variyetlerini pekiştirecek üretim araçlarını yöneten idareciler olması gerekmektedir. Aylak, sahip olduğu variyeti açıkça gözler önüne sererek de alışkanlıkları kadar, gerek görünüşü, gerek oturduğu ev, yani kısacası sahip olduğu şeylerle de azametini kanıtlamak ister. Bu sebeple gösterişçi tüketim, aylağın aylaklığını belli etme yollarından biridir. Toplumun büyük kesimi hayatta kalmak için temel ihtiyaçlarını sağlayabilmek adına çalışarak geçirir ve sonuç itibarıyla varlıklarını bu uğurda harcarken, aylak, sahip olduğu varlığı, farklı yollarla gösterme ihtiyacı duyar ve bu yolla topluluktaki yerini, toplumun gözünde pekiştirir. Bu sebeple aylak, ender bulunan veya pahaca değerli ve gösterişli eşyaları kullanmayı sever. Fakat bu eşyaları kullanabilmek için öncelikle variyetli olmak gerekmektedir. Bu durum da aylağın artı değeri elinde bulundurmasıyla mümkün olur. Ayrıca aylak, aylaklığı bir gündelik yaşam tarzı olarak benimsemiş olmalı ve faydasız hobileri için boş zamanlar yaratmalıdır. Aylağı daha iyi idrak edebilmek için tüm bu bileşenleri daha geniş çerçevede ele almamız gerekmektedir. Bu sebeple tüm bu bileşenler çalışmamızın bundan sonraki kısmında irdelenecektir.

1.3. BİR SINIF OLARAK AYLAKLIK VE BİLEŞENLERİ

Aylak kelimesini, işsiz, boş gezen, avare (kimse) gibi anlamlara karşılık geldiğinden bahsetmiştik.¹⁷ Bu anlamlarıyla aylaklık her ne kadar çok geniş bir “eylemezlik haline” işaret etse de kavram “boş olma” durumuna maruz kalmak değil bir seçim olarak karşımıza çıkar. Örneğin; işsiz olup iş arayan bir kimse için aylak sıfatı uygun olmazken çalışmaya dair herhangi bir kaygısı olmayan kişi aylak olarak adlandırılabilir.

Çalışmaya dair kaygısı olmayan kişi için iki ihtimalden söz edilebilir, kişi ya çalışmaya ihtiyacı olmayacak kadar varlıklı ya da temel ihtiyaçlarını bir şekilde giderme yoluna giderek daha fazlasını reddetme pahasına çalışma düzenine katılmayı tercih etmektedir. Fakat gerçek olan şudur ki, aylak kişinin yaşantısında amaçlı emek üretmek söz konusu değildir ve aylak çalışmaya hangi açıdan bakarsa baksın emek üretmeye karşıdır. Bu sebeple aylak için, herhangi bir şekilde üretim ilişkilerine katılmadığından bahsedebiliriz.

Öncelikle, tepkisel aylaklıktan kısaca bahsedecek olursak, endüstriyel ilişkilere katılmayı reddeden kişi, Taylor’un “Kahrolsun Aylaklık!” sloganında nefretle bahsettiği aylağın ta kendisidir. Aylağın bu türü, kalabalıkların karşısında zamanın baş döndürücü telaşını uzaktan izleyen, kentsel mekanda modern özneye karşı verilen modernist bir tepkidir (Dellaloğlu, 2012: 161). Modern dönemde görülen ve Flaneur olarak adlandırılan bu aylaklık hali, en genel tanımıyla toplumu gözleyen, görüntüler ve görüngüler arasında gezinen gezgin, düşünür bir figürdür (Köse, 2012: 10). Tepkisel olarak geliştirilmiş aylaklık modeli olan Flaneur’dan çalışmamızın modern dönemden bahsettiğimiz kısımda değineceğiz. Fakat şimdilik şunu söylemek gerekir ki, ele alacağımız aylak özne bunun tam tersi bir anlayışla çalışma kavramına yaklaşır. Bu anlayış ilk defa Veblen tarafından kuramsallaştırılmış ve araştırmacı tarafından, ayrı bir sınıf olarak değerlendirilmiştir.

¹⁷

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.585791965a97f2.89627844

Veblen, toplumların geçirdiği evreleri Henry Lewis Morgan'ın evrimsel yöntemiyle ilkel, barbar ve uygar dönem olarak sınıflandırdığı çalışmasında, aylaklığı tarihsel bağlamda açıklamaya çalışmıştır. Veblen aylaklığı mülkiyetle ilişkilendirir. Tarımsal üretimin başlamasıyla beraber – ki bu evreleri çalışmamızın devamında ayrıntılı olarak inceleyeceğiz – topluluklar barbar döneme geçiş yaparlar. İstikrarlı bir getiri sağlayan tarım toprağının önemli bir kısmını elinde bulunduran bireyler zaman içerisinde çalışmaktan sıyrılarak aylak bir yaşam tarzı geliştirirler. Fakat Veblen'in burada ortaya koyduğu bir diğer önemli kavram da gösterişçi tüketimdir. Gösterişçi tüketim aylağın aylaklığını belli etme yollarından en önemlisidir. Aylak belli lüks metalarla refah içindeki yaşantısını ve üretici olmayan hobileriyle de boş zamanını gösterme ihtiyacı duyar. Boş zaman göstergesi önemlidir, çünkü toplumun geri kalanı hayatlarını idame ettirebilmek için çalışmak zorundayken aylak, bu zamanı farklı etkinliklerle doldurur fakat bu boş zaman kesinlikle çalışan insanların boş zamanıyla karıştırılmamalıdır.

Aylak birey, genel olarak üretim araçlarını elinde bulunduran kişi olarak karşımıza çıkar (Veblen, 2005: 14). Bu birey elinde bulundurduğu üretim araçlarını kullanarak, çalıştırdığı işçiler üzerinden aylak bir yaşantı geliştirmiştir. Burada aylak için işin devamlılığı ve verimliliğini kontrol etmek dışında bir emek üretimi söz konusu değildir. Bu sebeple aylak çalışma dışı yaşantısını kurmak için farklı bir yaşam tarzı geliştirmiştir. Bizler de çalışmamızda bu yaşantıyı aylaklık olarak tanımlamaktayız.

Her iki aylak önermesinde de aylağın çalışma kavramına farklı yönlerden baktığımızı görmekteyiz. Bu durum da aylaklığın aslında çalışmayla ne kadar iç içe geçmiş bir kavram olduğunun göstergesidir. Aylak, çalışmanın dışında kalacaktır ama sorun şu ki tam olarak neresinde duracaktır. Onu eleştirecek midir yoksa ondan beslenecek midir? Cevap her ne olursa olsun aylaklık, iş dışı bir yaşantıyla çalışmanın karşısında bir boş zaman alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bizler de çalışmamızın bu kısmında aylaklık ve boş zaman kavramlarını karşılaştırmalı olarak ele alacağız.

1.3.1. Aylaklık ve Boş Zaman

Aylaklık, “boş zaman geçirmekten” çok, boş zamanı yaşam tarzı olarak seçmiş olma durumudur. Aylaklığı tercih eden birey kendini her türlü emek üretiminden muaf tutarak, yaşantısını engin bir boş zaman üzerinden kurgular. Bu, “engin boş zamanın” emek dışı değerlendirilmesinin aylağın, kavrama hangi perspektiften baktığıyla ilintili olduğundan bahsetmiştik. Aylaklık ve boş zaman ilk bakışta birbirini karşılayan kavramlar gibi görünmektedir. Fakat daha önceki kısımda değindiğimiz gibi aylaklık başlı başına bir hayat tarzı olmakla birlikte, boş zamanın aylak yaşantı üzerinden okunması da bilinen boş zaman anlayışı ve etkinliklerinden farklılık göstermektedir.

Öncelikle, boş zaman kavramı çoğu zaman çalışmayla ilişkilendirilir. Boş zaman, çalışmanın dışında işten artakalan zamandır (Omay, 2008: 124). İşin yeniden üretimi için emek harcayan kişinin dinlenmesi, yenilenmesi için gerekli görülen süre olarak kabul edilir. Dolayısıyla bir kişinin boş zamanından bahsedebilmek için o kişinin çalışıyor olması ön koşuldur.

Aylak ise çalışmadan, boş zamanı yaşayabilen öznedir. Bu sebeple bilinen anlamıyla bir boş zamandan bahsedilemez. Aylak için, işten arda kalan bir zaman söz konusu olmadığından, boş zamandan değil doğrudan bir hayat tarzından bahsedilebilir. Bu sebeple aylağın boş zamanı olmadığından, boş bir yaşantısı olduğundan bahsetmek mümkündür. Aylak gündelik yaşantısını doğrudan bu boşluk üzerine kurar.

Boş zaman çalışan insan için bir tazelenme alanıdır. Hatta, modern zamanlar sırasında, bütün sanayi toplumları ve gelişmekte olan ülkeler, işgünü ve iş haftasındaki azaltım nedeniyle, iş dışındaki serbest zamanın miktarında kayda değer bir artış görmüşlerdir (Applebaum: 1997: 47). Bunun nedeni, üretimin yeniden sağlanması için boş zamana duyulan ihtiyacın farkındalığına varılmasında yatar. Boş zaman, çalışan birey için, özellikle postmodern dönemde aylağa yaklaşabilmesi adına bir fırsattır. Örneğin aylak, boş zamanının göstergesi olarak sanatla ilgilenerek keman çalabilir. Bu durum aylağın zevklerinin yanı sıra bir statü olarak gösterişçi nitelik de taşımaktadır.

Çalışan birey de boş zamanlarında keman çalabilir. Fakat öncelikle, çalışarak kazandığı parasının yettiği kadar bir keman satın alması gerekmektedir. Bu sebeple boş zaman çalışan birey için, hem dinlenme hem de endüstriyel ilişkilerin devam ettiği bir tüketim alanıdır. Bu konuya çalışmamızın ilerleyen kısımlarında değinilecektir. Fakat şimdilik söylememiz gerekir ki, boş zaman sadece çalışan özne için mümkündür. Gerek dinlenmesi, gerek de üretici olarak varolduğu sistem içerisinde tüketerek, endüstriyel üretimin devamlılığını sağlayabilmesi için. Aylak ise zaten hayatının tamamında kalanında çalışan insanın sahip olmak için didindiği yaşantıya sahiptir. Hem endüstriyel araçlara sahiptir hem de sürdüğü refah yaşantı bağlamında harcama konusunda da sorun yaşamayandır.

İş bu sebeple aylak gündelik hayatını amaçsız, boş zaman aktiviteleriyle doldurmuştur. Bizler de çalışmamızın bir sonraki başlığında - aylak öznenin özelliklerine geçmeden önce aylağın gündelik yaşantısına da değinmekte fayda görmekteyiz. Aylağın yaşantısı ki, çalışan bireyin boş zaman hayallerinin kalıplaştığı bir yaşantıdır ve konumuz içinde incelemeye değerdir.

1.3.2. Aylaklık ve Gündelik Hayat

Aylağın gündelik hayatının koca bir boş zamandan ibaret olduğundan bahsetmiştik. Fakat bu boş zaman aylağın gündelik yaşantısı olduğunda, aylak, aylaklığını belli etmek için farklı yollar arayışına girişmiştir. Aylağın gündelik hayatına girmeden önce, gündelik hayat kavramına biraz değinmemiz gerekmektedir. Gündelik hayat, toplumun temel değerlerinin farklı toplumsal tabakalardaki insanlarca paylaşıldığı, öğrenildiği ve haklılaştırıldığı kültürel bir alandır (Brown, 1989: 7). Bu bağlamda değerlendirildiğinde gündelik rutinlerimizin hepsi, gündelik hayatın bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadır.

Alışveriş yapmak, işe giderken uygun kıyafetler seçmek hatta toplu ulaşım araçlarındaki davranışlarımız hepsi belli toplumsal kabullere göre yapılır ve gündelik hayatın içindedir. Fakat bu edimlerin ve kabullerin tümü öylesine içselleştirilmiştir ki burada aylağın rolü çok sıradan ve normal görünmektedir. Örneğin, makro ölçekte ele

alacak olursak, bir sermaye sahibinin özel şoförlü aracıyla seyahat etmesi onun normal olarak karşılanırken, orta ve alt tabakadan insanların toplu ulaşım ile seyahat etmeleri de beklenen bir davranıştır. Eğer biraz daha ayrıntıya inersek, toplu ulaşım aracında insanları giyimlerine, saçlarına, aksesuarlarına göre sınıflandırırız. Kötü görünümlü insanların yanımıza oturmasından rahatsızlık duyar, yakın temasta bulunmayı pek istemeyiz. Bu haliyle bile gündelik hayat, farklı tabakalar arasında bir efendi/köle ilişkilerinin var olduğu bir ortamdır. Bu kadar çok kölenin ve efendinin var olduğu bir ortamda aylak kendini belli göstergelerle en tepede konumlandırır. Veblen'in gösterişçi tüketim üzerinden ele aldığı bu duruma göre aylak, gündelik hayatında sosyal statüsünü belli edecek edimler ve metalarla varlık gösterir (Veblen, 2005: 44).

Aylak olmak, toplumun geri kalanının yaptığı hiçbir şeyden geri kalmamak, bununla birlikte her şeyi kendince yapmayı gerektirir. Örneğin, aylak da herkes gibi yemek yer. Yemek yemek gündelik hayatın bir parçasıdır. Herkes evde elle yemek yerken bir başkasının yanında yeme şekline özen gösterir. Fakat aylak nezaket çerçevesinde yemek yeme şeklini gündelik hayatındaki tüm öğünlere yayar. Çünkü bu yemek yeme şekli bolca boş zaman gerektirdiği için, diğerleri gibi - bir iş gününde öğle yemeği arasını düşünelim - bir an önce yeyip işine devam etmesi gerekmediğinden, aylağın sorumsuz boş zamanının bir göstergesidir. Ayrıca öğle arasında sandviç yemek görgü kuralları gerektirmemektedir fakat aylağın yediği kaliteli yemek nezaket kurallarını gerektirmesiyle de ve nezaket kurallarının öğrenilmesi bolca boş zaman ve tatbik gerektirdiğinden aylağın göstergelerindedir.

Bu sebeple Lefebvre gündelik hayatı alt ve üst gündelik hayat olmak üzere ikiye ayırmıştır (Lefebvre, 2015: 166). Alt gündelik hayat toplumun büyük kısmının gündelik edimlerini, çoğunluğun yaptığı yolla gerçekleştirdiği bir etkinlik alanıdır. Fakat üst gündelik hayat toplumun sadece çok küçük bir kısmının - ki bunlardan lüks otellerde kalıp, yatlarda yaşayan gruplar olduğundan bahseder- sürdürebildiği bir yaşantıdır. Gündelik hayatın bu alanında her şey lüks, konfor ve gösteriş için yapılır. İçeriğinde alt gündelik hayatın ihtiyaçlarını barındırır ancak onlara biraz daha süs katar. Kiralık iki odalı bir evde yaşayanın da lüks bir yatta yaşayan bireyin de temel

sorunu barınmadır fakat aylak sadece bunun üzerine biraz daha fazlasını koyarak diğerinden farkını ortaya çıkarmaya çalışandır.

Bu bağlamda baktığımızda, kahvehanede okey oynamak ve kulüpte briç oynamak temelde aynı amaca hizmet etse de, statü açısından gerek sosyalleşme mekanları gerekse oynanan oyunun türü bakımından birbirinden farklılaşmaktadır. Kahvehane herkesin ulaşabileceği bir mekanken, kulüpler özel kabulle katılınabilen topluluklardır. Okey de herkesçe bilinen ve toplumun alt tabakalarına mal edilmiş bir oyunken briç, okey kadar popüler bir oyun olmamasından belki, daha az bilinen ve üst sınıfa ait bir oyun gibi algılanmaktadır. Böylece alt ve üst gündelik yaşam oluşmuş olur.

Orta ve alt sınıftan bireyler gündelik hayatlarını temelde iş ve boş zaman üzerinden kurarlar. Onlar için, üretimle geçen bir çalışma hayatı ve bunun dışında kalan, imkanları dahilinde kendilerini gerçekleştirebildikleri bir boş zaman alanı vardır ve gündelik hayatın kurgusu iş ve iş dışı aktivitelerle örülüdür. Aylak için ise bu örgü tamamen üretici olmayan aktivitelerle bezelidir. Gösterişçi edimlerin yanı sıra aylak, topluluğun diğer bireylerinin işe gittiği saatte, vakfın yemeğine gider, atölyelere katılır, golf oynar ve bununla beraber iş namına yaptığı tek şey, işin sürekliliğini ve verimliliğine dair kontrolleri sağlamaktır. Bu sebeple üreticilik bağlamında da aylakla diğerlerinin gündelik hayatı farklılık göstermektedir.

Aylak gündelik hayatında tüm bu üretici olmayan eylemleri gerçekleştirirken ona bu boş zamanı sağlayan artı değere ihtiyaç duyar. Artı değer, aylağın yaşamının teminatıdır adeta. Bu sebeple aylaklığın bir diğer bileşeni olan artı değer kavramı ve aylaklıkla ilişkisi çalışmamız açısından önem taşımaktadır.

1.3.3. Aylaklık ve Artı Değer İlişkisi

Aylaklık, şayet, bu kadar onurlu bir statüye herkes aylak olmak isteyecektir. Fakat aylak olmanın en önemli kıstası; artı değere bir şekilde sahip olmaktır ve bu durum da emek sınıfı üzerinde yaptırıma ve mali güce sahip olmak demektir.

Dolayısıyla aylak emek üzerinde hegemonya kuran özne olarak tanımlamamız yanlış olmaz. Ancak bu tür bir üretim ilişkisine geçmeden önce artı değerle bağını kurmamız dolayısıyla da artı değere bir tanım getirmemiz gerekmektedir.

Marx, emeği, insanı diğer canlılardan ayıran yegane unsur olarak görür. Her ne kadar diğer canlılar için de üretim söz konusu olsa da – petek yapan arı, ağ ören örümcek gibi – insan üretim sürecinde önceden hayal eden ve tasarlayan olarak ayrışır. İnsan bunu yaparken maddi dünyayı değiştirir ve kendi de maddi olanla beraber dönüşür (Marx, 2003: 165). Bu dönüşüm sürecinde üretici olan birey özne olarak konumlanır ve üretici sınıfı meydana getirir. Bunun yanı sıra Marx'ın emek-değer teorisinde bahsettiği bir de üretici olmayan sınıf söz konusudur. Bu üretici olmayan sınıf metanın üretim sürecinde kullanılan üretim araçlarına sahip olmasıyla beraber, kendi anti tezi olan üretici sınıfı yaratan ve onun emeğini sömüren asalaklar sınıfını meydana getirir (Giddens, 1999: 119). Sanayi öncesi kapitalizmden beri süregelen, tıpkı toprak sahibi bir derebey gibi sanayi araçlarına sahip olan patronlar da emrinde çalıştırdıkları işçilerin üretimleriyle hayatlarını devam ettirirler. Şöyle ki, işçinin emek gücü emtia ise - diğer mallar gibi alınıp satılıp hesaplanabilen bir şey – ve emtianın nasıl ki bir maliyeti varsa, işçinin emeği ve emtianın maliyetinin malın satış fiyatından düşüldüğünde ortaya çıkan miktar artı değeri meydana getirmektedir. Metanın kendi başına değeri kapitalisti hiç ilgilendirmez, onun ilgilendiği maldan elde edeceği artı değerdir (Marx, 2003: 281). Dolayısıyla bu satıştan kazanılan emek ve madde dışı para da üretim araçlarına sahip olan sınıf tarafından el konulandır. İş bu sebeple aylak özne de, aynı zamanda üretim araçlarına sahip olan ve emek-değer teorisindeki, üretici olan emek karşısında malın değer farkını elinde tutan sınıfa mensuptur. Bir diğer deyişle, işçinin emeği üzerinden çalışmadan bir yaşantı kurabilme yetisini elinde bulunduran kişidir aylak ve artı değerın bölüşülmesinde emek sınıfıyla çatışma yaşayan sınıftır aynı zamanda. İşveren – aylak - sınıf; üst ve güdücü olmak, işçi sınıfıysa alt ve güdülen olarak varolur ancak işçinin bir görevi daha vardır, artı değerden olabildiğince çok pay koparabilmek yani sömürülmemek (Kıvılcımlı, ty: 13). Aynı şekilde, aylak sınıf, aylaklığını devam ettirebilmek, yani çalışmadan hayatını sürdürebilmek için bu artı değere ihtiyaç duyar.

Bununla birlikte sadece çalışmıyor olmak aylaklığın göstergesi olan gösterişli bir yaşam için yeterli değildir. Burada da devreye yine artı değer girer. Lüks tüketim araçlarına erişim, yalnızca aylakların payına düşen, yani işçi sınıfının hakkından gasp edilmiş artı değerle mümkün olacaktır (Ritzer, 2000: 82). Lüks tüketim malları enderliği ve emek sınıfının erişemeyeceği pahalılığıyla aylığın yaşantısını daha görkemli hale getirmektedir. Örneğin, ekme sadece bir tüketim maddesi iken, elmas bir lüks tüketim maddesidir. İşçi ekmeğe erişebilmektedir. Aynı şekilde aylak da ekme tüketmektedir ancak sahip olduğu elmasla işçiden ayrılır. Yani artı değer sayesinde aylak, işçinin sahip olduğu her şeye sahip olur ve nasıl ki üretimin artısını alıyorsa tüketim mallarında da bu artıyı değerlendirecek bir yol bulur.

Öyleyse özetlemek gerekir ki, aylak kişi aynı zamanda artı değeri elinde bulunduran, daha doğrusu, artı değeri elde edebileceği üretim araçlarına sahip olandır. Artı değer sayesinde aylak amaçlı emek üretmekten muaf bir yaşantı sürebilir. Ayrıca artı değer aylığın gösterişli tüketimde bulunması için bir araçtır. Aylığın, aylaklığını gösterme aracı, diğer sınıflardan farklı kıldır. Aylak bu yolla variyetini belli eder ve farkedilir. Bu durum ilk yarı barbar kabilelerden günümüze kadar süregelen bir şeydir. Aylak o döneme ait ender ve pahalı olan neyse onu kullanmaktan çekinmez. Bizler de çalışmamızın bundan sonraki kısmında aylaklığın ortaya çıkışı çağlar boyunca geçirdiği dönüşümü ele alacağız.

1.4. TARİHSEL MATERYALİST ÇERÇEVDE AYLAKLIĞIN DÖNÜŞÜMÜ VE AYLAK SINIFIN DÖNÜŞÜMÜNDE KATALİZÖR UNSURLAR

Biyolojik evrimle araç kullanma kabileyetini kazanan insanla beraber toplumsal evrim hızlanmış, insan artık, toplumsal, düşünsel ve ekonomik bir takım faaliyetlerde bulunmaya başlamıştır. İnsan, evrimin onu getirdiği yerde, artık araç yapabilen, kullanabilen, değişim değeri olan mallar üreten, aktarabilen bir varlık olmuştur ve tüm bu faaliyetlerin başlamasıyla toplumsal evrim, biyolojik evrimi aşarak daha hızlı ilerler hale gelmiştir (Şenel, 1982: 40).

Üretim faaliyetleri için, araç yapımının belirleyicisi olan teknolojik devrimlerle beraber değişen üretim faaliyetleri ve kullanılan hammadeler, yeni iş kollarını ortaya çıkarttığı gibi, toplum içerisindeki iş bölümünü daha karmaşık bir hale getirmiştir. Gordon Childe'in Kendini Yaratan İnsan kitabında vermiş olduğu örnekteki gibi (Childe, 2006: 13); bir kayık yapmak için ilk önceleri, tek bir kişi, bir taş balta, ağaç ve biraz boş zaman yeterlidir. Fakat zaman içerisinde teknolojik gelişimlerle beraber, taş baltanın yerini, daha kullanışlı olan bronz balta almıştır ve taş baltayı kişi, herhangi bir dereden topladığı taşlarla yapabilecekken, bronz baltanın yapımı uzmanlık gerektirmektedir. Bronz baltanın dökümü, boş zamanlarda yapılabilecek bir iş değildir, bu sebeple yeni bir meslek, iş kolu gerektirir. Ayrıca, bronzun oluşumu için gerekli olan bakır ve kalay ender bulunan hammaddelerdir. Bu sebeple, artık kayık yapacak olan birisi, balta ithal etmek için, daha kullanışlı haberleşme, ulaşım, ticaret yöntemleri geliştirmesi gerekmektedir. Günümüzdeki gemi üretimlerine baktığımızdaysa bu sürecin artık daha da karmaşık hale geldiğini söyleyebiliriz.

Görüldüğü üzere insanın tarihsel gelişimi içerisinde değişen üretim faaliyetleri, yeni teknolojiler, yeni iş kolları ve yeni ticari sistemleri meydana getirmiştir ve tabii ki tüm bu ticari faaliyetleri kontrol eden tabakaları. Bizler de çalışmamızın bu kısmında insanın köklerinden günümüze kadar geçen süreçteki, üretim faaliyetlerini, paylaşım sistemlerini ve değişimlerini inceleyerek, bu süreç içerisinde aylak karakterin konumunu ve dönüşümünü açıklamaya çalışacağız.

1.4.1. Artı Değer Birikimi ve Aylak Sınıf Oluşumunda Etkisi

Aylaklığın artı değerle olan ilişkisinden daha önce bahsetmiştik. Artı değer aylağı aylak yapan, daha doğrusu onun yaşam şartlarını belirleyen yegane unsurdur. Fakat bununla beraber öznenin yaşantısını aylaklık yapmaya muktedir kılan başka faktörler de vardır. Örneğin; yarı barbar kabileler için, klanın refahını sağlayan kahramanlar veya şifacılar sağladıkları fayda karşılığı toplulukca aylak bir yaşantı sürmeleri teşvik edilmiştir (Veblen, 2005: 42). Fakat bizler çalışmamızda ileri kapitalist toplumlarda aylaklığın sınırlarını daha rahat çizebilmek için aylaklığa artı değer üzerinden açıklama getirmeye çalışacağız. Zira kadim Yunan anlatılarında bahsi

geçen kahramanlar dönemini çoktan geçtiğimiz gibi günümüzde hiç bir doktor da topluma faydalı olduğu gerekçesiyle toplumca aylak yaşatılmaz. İş bu hususta her dönemin aylağına karşılık gelen yegane unsur, artı değer, üzerinden aylağı okumak, kavramı ele aldığımız tarihsel süreçte daha faydalı olacaktır.

Daha önce aylak öznenin özelliklerini el aldığımız kısımda bahsettiğimiz üzere, aylak onurlu işlerle meşgul olan birey ya da toplumdan sıyrılırcasına üst bir mertebede hayata gelmiş ve hayatına devam eden kişidir. Yani, incelediğimiz örneklerde de görüldüğü üzere aylaklık doğuştan getirilen bir hak da olabiliyor tıpkı Davud'un kral olması veya Babil'in tanrıları gibi. Bu sebeple doğum hakları aylaklığa etki eden bir diğer faktördür. Fakat tek aylak krallar veya tanrı doğanlar mıdır? Tabii ki hayır. Davud ya da tanrıları bir kenarda mitsel anlatılar olarak tutarsak, gündelik hayatın tek gerçeği artı değerle aylaklığa erişmiş bireyler olacaktır.

Bir sonraki başlıkta inceleyeceğimiz üzere dini işlerle haşır neşir olan insanlar da icra ettikleri işin onuruna aylak bir yaşantı süren kimselerdir (Veblen, 2005: 19). İnsanlarla tanrılar arasında köprü kurmuş bu kişiler, cennet nasıl ki paha biçilemezse, cennete giden yolda, yol gösterici olarak toplumca rahat yaşamayı hak etmiş gibi görünmektedir. Günümüz pozitivist toplumlarında insanoğlu hala cennete gidebilmenin bir yolunu arasa da din adamları –münferit cemaat ve dini toplulukları saymazsak– aylak yaşam tarzından uzakta cömert bağışlar veya maaşlarıyla idare etmek durumundadır. Halktan aldığı öşürü kaybeden din adamlarının ortaçağdaki aylak yaşantılarından uzaklaşmış olmaları da yine teolojik evreyi yaşayan toplumlardan farklı olarak artı değer kaybıyla açıklanabilir.

Aylaklığa etki eden tüm faktörler göz önüne alındığında, aylaklığı mümkün kılan en önemli araç artı değer olarak dikkat çekmektedir (Marx, 2003: 324). Ayrıca zaman içerisinde aylaklık kıstasları değişse de artı değerle kazanılan aylaklık baki kalmıştır. Bununla birlikte Antony Giddens'in Modernliğin Sonuçları çalışmasında bahsettiği üzere dünya üzerindeki farklı ülkeler uzam-zaman bağlamında birbirinden farklılık gösterebilmektedir (Giddens, 1992: 62). Örneğin, Türkiye'de yaşanan 21. Yüzyıl ile geri kalmış bir Afrika ülkesinde yaşanan 21. Yüzyıl sadece takvim üzerinde eş bir zamanı paylaşmaktadırlar. Bu sebeple iki toplumu da aynı kıstaslarla

değerlendiremeyiz. Fakat artı değer hem zaman hem de coğrafya farketmeksizin aylağın en önemli göstergesi olarak dikkat çekmektedir.

Tüm bunların yanı sıra kültürel değerler de aylaklık durumu üzerinde etkilidir. Günümüz dünyasında aylaklığı değerlendirmeye çalışırken aylaklık hakkında daha kapsamlı bir kuramsal çerçeve geliştirebilmek için artı değer paydasını kullanmak daha doğru olacaktır. İş bu sebeple aylaklığın en önemli belirleyicisi olan artı değer birikimi kavramı üzerinden aylağın tarihsel gelişimini ve sınıflar arası değişimini incelemeye çalışacağız. Zira ne kadar dini veya doğum yoluyla gelen aylaklık ve topluma fayda sağlayan faktörlerden bahsetsek de aylağı aylak yapan en geniş kavram artı değer olarak dikkat çekmektedir. Bizler de çalışmamızın bundan sonraki kısmında aylaklık kavramını tüm bu faktörleri göz önüne alsak da artı değer birikimi üzerinden araştıracağız.

1.4.2. İlkel Komünal Toplumdan Sınıflı Topluma Geçiş Sürecinde Aylaklığın Doğuşu

İlkel komünal toplum terimi, ilkel sürü veya ilkel tarihi topluluklar olarak nitelendirebileceğimiz ilk insan topluluklarının yaşayış biçimlerini tanımlamak için kullanılan bir terimdir. Bu topluluklar, küçük çaplı, akrabalık temelli toplumsal gruplardır. Bununla birlikte, bu tip toplulukların ekonomik hayatında, temel kurumlar, toprak ve kaynaklar kolektif kullanılmakta ve görece eşitlikçi ilişkiler yürütülmektedir (Harman, 2009: 17). Topluluk tarafından güdülen eşitlikçi yaşam anlayışının temeli kan bağına, “aile” olgusuna dayanmaktadır. Temelde aile diyebileceğimiz gelişmişlik aşaması düşük olan bu kabileler eşitlikçi ilişkilerini, elde edilen servetin azlığı - artı değer ve dolayısıyla bunda hak iddia edecek kimsenin olmaması - ve kan bağıyla kurulan yakınlıklarla devam ettirebilmiştir (Engels, 2005: 12). Kabilenin sayıca az olması ve basit araç-gereçler yapabilse dahi, toplumun, hala geçimini sürdürebilmek için toplayıcılığa muhtaç olması da bu durumun gerekliliği için ayrı bir etkidir.

Daha önce bahsettiğimiz üzere, biyolojik evrimin mümkün kıldığı şartlarda topluluklar, araç-gereç yapabilseler dahi, tüm bu araç-gereçler topluluğun varolma ihtiyacını karşılamada yetersizdir. Hala en önemli ekonomik faaliyetin toplayıcılık

olduğu, asalak ekonomiye sahip toplumun bu döneminde herkesin yiyecek bulmak için çalışmak zorunda olduğundan bahsedilir. Toplayıcılık, uğraştırıcı olmasıyla bolca zaman alan ve yetiştiricilik söz konusu olmadığından istikrarsız oranda besin edinilebilen bir sistemdir. Ayrıca kabile denilebilen sürüdeki kişi sayısı da bu faaliyetlerin yürütülmesinde çok kritiktir. Ne kadar çok toplayıcı olursa, besin bulma şansı o kadar artmaktadır. Bu nedenle, herhangi bir ekim faaliyeti söz konusu olmadığından özel mülkiyet, toplayıcılığın uzun zaman alması sebebiyle artı zaman ve sürüdeki her bireyin sağlığı ve sürekli çalışabilmesi için de artı değerden bahsedilemez (Şenel, 1982: 45). Dolayısıyla topluluğun geçirmekte olduğu dönemle ilgili herhangi bir aylak birey veya zümreden bahsedilememektedir.

Aylak bireyin varolmaması, dönemin erken zamanlarına tekabül etmektedir. Toplumun geçirdiği dönem, Henry Morgan'ın etnik dönemler yazılarında bahsettiği, eski ve orta yabanıllık dönemine denk gelmektedir (Morgan, 1986: 76). Morgan'ın belirlediği yabanıllık döneminden (diğerleri barbarlık ve uygarlık) bahsetmemizin sebebi, araştırmacının bu dönemi üç evreye ayırmış olmasının bizim de ilgili dönemi incelerken aylak kesimlerin, dönemin hangi kısmında görülmeye başlandığını açıklayabilmemiz için daha belirleyici olması sebebiyledir. Eski ve orta yabanıllık dönemlerinde insanlar, dil becerilerini geliştirmiş, toplayıcılığın yanı sıra ateşi kullanabilmekte, basit araç-gereçler yapabilmektedirler. Herhangi bir ekonomik işbirliği ve işbölümü görülmeyen bu sebeple türdeş ve basit bir yapıya sahip olan ilkel komünal toplumda, sadece, erkeklerin fiziksel güçleri sebebiyle hafif bir statü farkı olduğu söylenmektedir (Şenel, 1982: 46). Fakat bu üstünlük, sürü çıkarlarıyla çelişmediği için, bu statü farkından doğan belli belirsiz üstünlüğün toplumsal sınıfların oluşmasına etken olduğu söylenemez. Fiziksel güç avantajı, erkeğin muhtemelen daha çok yiyecek taşıyabilmesi veya daha geniş alanda arama yapabilmesiyle yine sürü çıkarlarına hizmet etmektedir.

Erkeğin sahip olduğu fiziksel üstünlük, sürü çıkarları doğrultusunda işe yarar güç olarak kullanılmıştır. Morgan'ın belirlediği yabanıl dönemin ok-yay yapabilen insanla başlayan son yabanıllık dönemindeyse topluluk içinde, her ne kadar sınıflardan bahsedemesek de, eşitsizliklerin yavaş yavaş başladığı dönem olarak araştırmacılarca

belirtmiştir. İlkel komünal topluluklarda ok ve yayın kullanılmaya başlamasıyla beraber toplayıcılığın ve basit avcılık faaliyetlerinin yanı sıra daha ileri avcılık teknikleri geliştirilmeye başlanmıştır (Şenel, 1982: 50). Fiziksel güç avantajı olan erkek de avcılık faaliyetlerinin başlıca öznesi olarak dikkat çeker. Av sahnelerinin görselleştirildiği mağara resimlerinden erkeklerin avcılık eylemlerini gerçekleştiren bireyler olduğu ayrıca izlenebilmektedir. Avcılık faaliyetlerinin gelişmesiyle, erkekler, toplayıcılıktan avcılığa geçmiştir ve böylece topluluktaki ilk iş bölümü gerçekleşmiştir ve toplayıcılık ikinci sıraya gerilemiştir. Yabanıllık döneminin sonunda gerçekleşen bu ayırım avcı-toplayıcı kabilelerde görülen ilk ayrılık olarak değerlendirilebilir ve bu ayrılık barbarlık döneminde daha da keskinleşecektir.

Morgan, barbar dönemi, çömlekçiliğin bulunmasıyla açar. Barbarlığın orta dönemlerine doğru çömlekçiliği, hayvanların ehlileştirilmesi, tarım, demir işçiliği izler. İnsan toplulukları bu sürede, daha geniş coğrafyalara yayılma imkanı bulur. Ancak bu geniş coğrafyada yeni insan topluluklarıyla karşılaşır ve kendi kabilesinin çıkarlarını korumak zorunda kalır. Savunma gereksinimiyle bu dönem ilk kez, akrabalık bağı olan farklı aşiretler birleşerek konfederasyonlar oluşturmaya başlar. Ayrıca başlarında bir askeri şefin bulunma zorunluluğu doğar (Şenel, 2006: 333). Artık avlanması gereken yeni bir tür vardır; insan. Sürünün hayatta kalması, yaşamsal faaliyetlerin devamlılığı için gereken toprak ve toprak için yapılan savaflara bağlıdır.

Dönemi bu gelişmeler doğrultusunda, daha önce belirttiğimiz aylak kıstaslarıyla ele alırsak, ekonomik faaliyetlerin gelişimiyle toplumun da kendi aylaklarını doğurmuş olduğunu görebilmekteyiz. Ayrıca karşılaşılan her grup potansiyel düşman olmadığı gibi, farklı toplulukların bir araya gelmesiyle karşılıklı ticaret ilişkileri kurulur ve böylece ilk kez emek de metaya dönüşür ve değişim değeri kazanır (Marx, 2003: 39). Bu durum göstermektedir ki, daha önceden belirtmiş olduğumuz aylaklığın alamet-i farikalarından olan mal birikimi önem kazanmıştır.

Veblen'e göre barbar dönemin en önemli onur ve aylaklık ölçütü, ekonomik faaliyetlere katılıp katılmama değil, canlı ile cansız kavramlarındaki anlayışta gizlidir. Bireyin meşguliyetlerini canlı varlıklar üzerinden kurarsa bu onurlu bir iştir. Fakat canlı varlıklar günümüzde olduğu gibi "yaşayan" kavramına karşılık gelmez. Nispeten

daha dar ancak canlı olmayan varlıkları da kapsamıyla geniş bir kavramdır. Canlı varlıklar, doğal afetler, hastalıklar ve saldırgan, tehlikeli hayvanlar gibi hayati tehlike teşkil eden güçlü unsurlardır. Cansız varlıklarsa ağaçlar, meyveler, kurtçuklar, böcekler ve hatta kemirgenler ve koyunlar gibi tehlikesiz canlılardır (Veblen, 2005: 18).

Canlı varlıklarla uğraşanlar ki bu grup erkeklerden oluşmaktadır, tehlikeli avlar ve avcılıktan elde ettikleri kazanımları savaş meydanlarında sergileyerek toplumca onurlu kabul edilen kahramanlıkla eşdeğer işleri uğraş edinmişlerdir. Bu dönem kadınlar iş bölümünde daha az fiziksel üstünlük gerektiren el işçiliği, tarım, toplayıcılık gibi işleri üstlenmişlerdir. Bu durum da erkeklerle kadınlar arasındaki statü farkını açtığı gibi, erkekler arasında av sahalarında sivriyenler de ayrıca kahramanlık mertebesine yükselmişlerdir. Kahramanlar, getirdikleri avlarla sürünün besin ihtiyacını karşıladığı gibi, sürünün savunması için de önemli rol üstlenerek topluluğun geri kalanından sıyrılmış ve onurlu yaşantısını yeni ekonomik yaşantının gereği daha çok metayla taçlandırmıştır (Veblen, 2005: 19).

Dönemin iş gruplarını günümüz sanayi toplumlarındaki emir-emek ilişkisi karşısında kahraman-angarya olarak konumlandırabiliriz. Kahraman pozisyonunda yer alan erkekler, angaryayla uğraşan kadın ve diğer erkeklerden oldukça yüksek bir statüye sahip olmuş ve topluluğun devamı için sürü tarafından desteklenmiştir. Sınıfsal ayrılıklar da göstergeleriyle beraber ilk kez bu dönem ortaya çıkmıştır. Örneğin; eski Eshnunna'da ana yola bakan evler 200 metrekareyi bulurken, dar dolanbaçlı yollardaki evler 50 metrekareye kadar inşa edilmiştir (Harman, 2009: 35). Bu durum ilk sınıfsal ayrışma olabileceği gibi, toplum da ilk aylaklarını bu yolla yaratmıştır. Sınıfsal ayrılık olarak kabul edilebilir, çünkü György Lukacs'a göre eğer bir grup çıkarlarını diğer bir gruba karşı savunmak zorunda kalırsa bu sınıfsal ayrışmanın göstergesidir (Lukacs, 1998: 55). Burada da toplum, kahramanları sürünün selahiyeti için desteklerken, kahramanın sınırlarını da kontrol altında tutmaya çalışarak, sürüyü oluşturan, en başta kendi varlığını devam ettirmek için haklarını da korumak zorunda olduğu çıkarımı yapılabilmektedir. Ayrıca diğer topluluklarla yapılan savaşlarda, kaybeden topluluğun insanları köleleştirilmiş ve böylece "özgür insan" kavramı geliştirilerek angaryanın da toplumsal yapıda sınıfsal onuru kurtarılmıştır. Kölelik dönemiyle ilgili anlatan

Herman, M.Ö. 3000’lerde ilk kez “köle kız” işareti taşıyan tabletlerin bulunduğundan bahsetmiştir. Burada “köle” ibaresi önemlidir. Çünkü bireye köle demek onun toplumsal statüsünü belirleyen önemli bir göstergedir. İnsanlar çoğu zaman insanı, kölelik adı altında ilkel para olarak kullanmışlardır (Marx, 2003: 40). Bununla birlikte her ne kadar angaryayla uğraşsalar da hayatı kuran kadın değişim değeri sebebiyle ilk köleleştirilen bireylerden olmuştur. Erkek köle işaretine ise tabletlerde daha geç zamanda rastlanmıştır (Harman, 2009: 35).

Barbar topluluklarda tek aylak sınıf şefler ve savaşçılar değildir. Morgan topluluk ihtiyaçlarına göre sırasıyla gelişen olgulardan ve ihtiyaçlar giderildiğinde ortaya çıkan bir diğer olgunun ihtiyacından bahseder (Morgan, 1986: 71). Varlık sürdürme, yönetim, aile, dil gibi olguları toplumsal yaşantısında çözümleyen toplum – ki tüm bunlar yabanıllık döneminde oluşmaya başlamış ve tarih boyunca şekil değiştirmiştir - nasıl varolduğu sorusuna da her daim yanıt aramıştır. Bu arayış toplumu başka bir önemli sosyolojik olgu olan dinle tanıştırmıştır. Tanrıları yaratan insan yabanıllık döneminden beri tanrılara ulaşmak için vekiller tayin etmiştir ve bu vekiller de boş zaman uzmanları olarak binlerce yıl varlığını sürdürmüştür (Şenel, 1982: 69). Din adamları, kurtuluşa giden yolun bekçileri olarak topluluklarca desteklenmiş ve belirli bir emek grubunda yer almamışlardır. Ayrıca, canlı varlıklardan kabul edilen hastalıklarla mücadele eden şifacılar da üretici olmayan emek safhında yer alarak yarı-aylak bir yaşam tarzını benimsemişlerdir. Şifacılar meta üretimi veya güç gerektiren işlerde yer almamış, fakat topluluğun sağlık gereksinimleri gibi önemli bir pozisyonda çalışarak toplulukça artı değerle desteklenmiştir (Şenel, 1982: 70).

İlkel komünal toplumun, sınıflı topluma geçişinden bahsettiğimiz çalışmamızın bu kısmında aylak sınıfların ortaya çıkışını açıklamaya çalıştık. Çalışmamızın bundan sonraki kısmında toplumun, uygarlık safhasında, yani yazının bulunuşuyla başlayan dönemi ve Antik Yunan ve Roma’daki “özgür insan” kavramı ve aylak karakterleri açıklamaya çalışacağız. Köleliğin kurumsallaştığı ve bu evrede, insanın temel ihtiyaçlarını dahi ehlileştirerek tüm vahşi alışkanlıklarını birer statü haline getirmesi gibi aylaklığın kalınlaşan çizgilerinin üstünden geçmeye çalışacağız.

1.4.3. Antik Yunan ve Roma'da Çalışma ve Aylaklık Anlayışı

Sokrates, şehirde lüks bir yaşantı sürdürdüğü her halinden belli olan Theodote'nin kazancının nereden geldiğini merak eder ve ona sorular yöneltir; ona bir çiftliği olup olmadığını sorar. Genç kadın çiftliğinin olmadığını söyler. O halde kira getirisi olan evlerin olmalı der Sokrates, kadının cevabı yine olumsuzdur. Sorularına devam eder; öyleyse zanaati olan bir işveren olmanız der ancak genç kadın işveren olmadığını söyler (Xenophon, 2014). Bu diyalog, Antik Yunan'da geçinmek için gerekli koşulları belirtmesi açısından önem arz etmektedir. Antik Yunan'da geçinmenin yolları diyalogtan anlaşılacağı üzere, kiraya verilecek ya da kölelerce işlenecek bir toprağa, kiraya verilebilecek bir eve sahip olmak ya da emrinde köleleri olan, zanaat sahibi bir işveren olunması gerektiğidir. Tüm bunlar lüks bir yaşantı için geçerli yollar gibi görülmektedir ancak bunlar dışında asgari şartlarda yaşamını sürdürmek için de bireyin belli bir zanaatle uğraşması gerekmektedir.

Fakat Platon'a göre "geçinmek", sadece bireyin çalışarak hayatını idame ettirmesi değil toplumu kuran unsurdur. Platon, bireylerin belli ihtiyaçları doğrultusunda, belli meslek gruplarına ihtiyaç duyduklarını ve toplumun da bu mekanik dayanışma çerçevesinde şekillendiğinden bahseder (Platon, 2001: 84). Çalışmayı, toplumsallaşmanın koşutu olarak görmektedir. İş bu sebeple, meslekler ihtiyaçlardan doğduğu için önemlidir ancak değerleri sınıflar bağlamında değişkendir. İnsanları yaratılışları itibariyle, tıpkı değerli madenler gibi sınıflandırarak, kimilerinin altınla, kimilerinin, gümüş, demir ve bakırla mayalarının yoğurulduğundan bahseder. Buna göre, altınla yoğurulanlar liderlerdir, onları tanrılar baştacı olmaları için yaratmıştır ve yardımcıları da gümüşle yaratılmışlardır. Çiftçi ve zanaatkarlar da demir ve tunç karışımıyla yaratılmışlardır (Platon, 2001: 151-152). Platon'un maden metaforuyla anlattığı, daha doğrusu idealize ettiği bu sistem, doğrudan toplumu sınıflara ayıran ve insanların yaratılışlarına, icra ettikleri meslek kadar değer yüklediğinin bir göstergesidir. Ayrıca Platon, bu sistem içerisinde, tüm toplumsal sınıfların kardeş, sadece yaratılıştan getirdikleri farklarla toplumu var etme görevinde dayanışma içerisinde olduklarını idealize eder. Sınıfsal çatışmalara yer vermez. Belli sınıf mensuplarından doğan çocukların da aynı sınıfa mensup olacağından yalnızca

aralarından bazı seçilmişlerin bu sınıflardan ayrılarak üst kademelere yerleştirileceğinden bahseder. Yani Platon'un toplumsal sınıfları yarı geçirgendir ve ender de olsa dikey hareketler gözlenebilmektedir.

Bununla beraber Platon, kiralık emeği yani belli bir ücret karşılığı emeğini satan işçileri, kafaları çalışmayan bu sebeple bedenlerini kullanan kimseler olarak tanımlayıp toplumun en alt basamağına yerleştirmiştir (Platon, 2001: 87). Kiralık emek, zanaatkarların veya toprak sahiplerinin yanında çalışan belli bir uzmanlığı olmayan bu sebeple bir meslek grubuna dahil olmayıp emeğini satan kimselerdir. Ayrıca konu felsefe eğitime geldiğinde de kiralık emek dahil tüm alt sınıfların, felsefenin saf dünyasını kirleteceği endişesi taşıyarak felsefeden uzak durmaları gerektiğini söyler (Platon, 2001: 263). Zira felsefeyi tüm iş kollarından uzakta ayrı bir uzmanlık alanı olarak görür ve hayatını para kazanma kaygısıyla yaşayan birinin felsefe eğitimi için gerekli olan erdemi gösteremeyeceğinden bahseder. Bu durum da Platon'un çalışma kavramına nasıl baktığıyla ilgili ipuçları vermektedir. Felsefe boş zaman gerektirdiğinden toplumun her kesimi tarafından öğrenilemez, bu felsefenin değerini düşüreceği gibi, para kazanma hırsı taşıyan insanları da erdemli görmez. Dolayısıyla çalışmak, amaçlı emek, toplumun inşası için önemlidir ancak beceri ve kaba kuvvet gerektiren tüm bu işler kişinin gelişimi için değersizdir. Bu sebeple, bu tür meslekleri icra edenler de farkındalığı olan bireyler değildir. Felsefe daha çok koruyucuların ve zenginlerin ilgi alanı olabilir. Çünkü amaçlı emekten uzak, yaşamak için paraya ihtiyacı olmayan bu insanlar felsefe eğitimi için gerekli boş zamana sahiptirler.

Aristoteles de, savaşın amacı barış, çalışmanın amacı boş zaman sağlamaktır, der. Yararlı erdemlerin "bazılarının" boş zamanda üretilebileceğinden bahseder (Aristoteles, 1975: 224). Çalışmanın, erdemden uzaklaştırması konusunda Platon kadar katı değildir. Sadece yöneticilerin ve diğerlerinin farklı erdemler geliştirebileceğinden bahseder ve erdemnin niteliğini kişinin hayattan beklentileri, vizyonu doğrultusunda şekillenebileceğini ifade eder (Aristoteles, 1975: 28). Buradaki en önemli koşutsa çalışma kavramında gizlidir. Çünkü Aristoteles'e göre para kazanmak, bireyin toplumda saygınlık kazanmasından çok daha güçlü bir güdüdür. Bu sebeple bireyin çalışarak geliştireceği erdem de ekonomik bağlamı sebebiyle, yönetici

sınıfla bir olamaz. Kısaca söylenebilir ki, Aristoteles erdemi sınıflar bağlamında ele alır ve bireyin üretim meşguliyetleri doğrultusunda şekillendiğini ortaya koyar. Hatta en aşağı sınıf olarak gördüğü köleler için bile erdemden bahseder; aşağılık işleri yerine getirme ödeviyle sorumlu kölenin geliştireceği erdem çok büyük olmamakla birlikte, işi savsaklamaması ve titiz yapması gerektiğiyle sınırlı olacaktır, der. Çalışma başlı başına erdem gerektiren bir süreçtir.

Çalışmanın erdem gerektirmesinin yanı sıra, Aristoteles, çalışmanın değerini boş zaman kavramı üzerinden ele almıştır. Köle sınıfından bahsedeken, köleleri en aşağı sınıf olarak konumlandığını vurguladığımız Aristoteles, yazınının devamında bunun sebebine de değinir. Aristoteles'e göre, kölenin en alt sınıfta yer almasının sebebi, iş dışında boş zamanı olmayıp, herşeyiyle efendisine bağlanıp onun hayatını devam ettirmesidir. Kölenin bir basamak üzerine yerleştirdiği işçi ise öyle değildir. Ücretli işçi, işi bittiğinde evine gider ve kendine ait bir boş zamanı sürer, işverene bağlı bir hayat sürmez (Aristoteles, 1975: 29). Zira, aşağılık işlerle meşgul bir işçi de sınırlı anlamda kölelik durumundadır. Fakat onu köleden farklılaştıran iki unsur vardır; kölelik doğuştan gelen bir statüdür ve kölenin boş zamanı yoktur.

Aristoteles bireyin, ne kadar alt sınıflarda yer alırsa, geliştireceği erdemin o kadar sınırlı olacağından, dolayısıyla bu bireylerin vatandaşlık yükümlülüklerini yerine getiremeyeceğinden bahseder. Bu tür, aşağılık işlerde çalışan bireyleri vatandaşlığa layık görmemektedir (Aristoteles, 1975: 53). Alt sınıflara indikçe birey, tüm erdemini, hayatta kalma kıstaslarıyla şekillendireceğinden, daha ulvi devlet meseleleri için akıl yürütecek durumda olmaz. Zira tüm bu alçaltıcı işlerde çalışan bireyler için “kafasız” yakıştırmasını yapan Aristoteles, bunu bir hakareten çok bedensel gelişimle, kafa gelişimi arasındaki ters orantıya bağlar. Beden çalışması zihnin, zihin çalışması ise beden çalışmasını engelleyeceğinden bahseder (Aristoteles, 1975: 238).

Aristoteles çalışma kavramını işin değeri dışında doğaya uygunluğu bakımından da kategorilendirir. Aristoteles'e göre iş iki ana gruba ayrılır (Aristoteles, 1975: 23-25). Bunlardan birincisi, doğaya uygun olan işlerdir. Bu tür işleri, büyükbaş ve kümes hayvancılığı, at yetiştiriciliği ve ekme-biçme olarak tanımlar. Doğaya uygun olarak tanımladığı bu işler, yapılması zorunlu ve geçim sağlamak için en doğru yol olarak

gördüğü işlerdir. İkinci grup ise ticaret, değiş-tokuşa dayalı işlerdir. Bu işleri doğaya uygun görmemekle birlikte, kınamayla bakmaktadır. Çünkü doğanın verdiği değil insanların birbirleriyle alışverişinden çıkmaktadır ve faiz unsuru söz konusudur. Faizi, paradan para doğuran aşağılık bir kazanç olarak görür. Ayrıca ücretli işçi çalıştırma en çok bu iş grubunda görülür ki düşünürün ücretli işçilere bakışı hakkında daha önce bilgi vermiştik.

Aristoteles'in iş gruplarını bu şekilde kategorilendirmesinin bir sebebi vardır. Zira ona göre tarımla uğraşan sınıf en iyi demosu meydana getirir. Çünkü çalışmaktan boş zamanları olmadığı için nadiren devam ederler, ayrıca asla büyük bir servetleri olmayacağı için – toprak sahipleri hariç, düşünürün burada bahsettiği toprak kiralayanlar veya ücretli toprak çalışanları – çalışmaktan vazgeçemezler. Fakat daha önemlisi, toprakta çalıştıkları ve hayvancılık yaptıkları için temel ihtiyaçlarını karşılayabilmektedirler. Bu sebeple başkalarının mallarını mülklerini kıskanmayacaklarını ve toprakta çalışmaktan doyum alacaklarını iddia eder (Aristoteles, 1975: 183-184). Toplumun hırslarını dizginlemek Aristoteles için önemlidir. Özel mülkiyet kapsamında – ki düşünür emek-ücret düzensizliğini önlemek için özel mülkiyetin gerekliliğine vurgu yapmıştır – doğuştan varlıklı olanların paylarına düşenden daha fazlasını talep etmelerine engel olunmasına, aşağı olanlarınsa onları ezmeden zayıf durumda tutmakla mümkün olduğunu söyler. Bunun mülkiyetin eşitlenmesinden daha faydalı bir yol olduğunu ortaya koyar (Aristoteles, 1975: 48).

Marx, Kapital'in birinci cildinde, Roma Cumhuriyeti'nin tarihi, toprak mülkiyetinin tarihidir demiştir (Marx, 2003: 85). Gerçeten de Roma ve onun Greko-romen kültürünün kaynağının dayandığı Antik Yunan coğrafyasındaki toplumsal yaşamı aylıklık bağlamında ele alacak olursak, toprak sahipliği ve sahip olunan toprağın nasıl değerlendirildiği aylak yaşam tarzının en önemli ölçütlerindedir. Zira toprak sahiplerinin zenginliği ticari servet karşısında daha üstün görülmüştür (Croix, 2014: 167). Bu durumun en önemli sebebi, ticari zenginliğin, toprak sahipliğinden daha çok emek gerektirmesidir.

Özetlemek gerekirse, Antik Yunan düşünürleri genel olarak olarak, çalışma kavramını yapılan iş ve arda kalan boş zaman üzerinden ele alarak değer ölçütlerini belirlemeye çalışmışlardır. Erdem, bireyin değer kazanmasında en önemli ölçüt olmakla beraber, Platon hayatı para kazanma peşinde koşan birinin erdemden uzak bir yaşantı süreceğine, Aristoteles ise erdem yapılan iş doğrultusunda şekillenebileceğine dikkat çeker. Fakat şu ayrıma gider, değersiz işler daha düşük erdemın başlıca sebebidir. Değersiz işler de boş zamanı kısıtlayan veya olanak tanımayan işlerdir. Bu sebeple çalışma kavramı genel olarak Yunan düşünürlerince yadsınan bir olgu diyebiliriz. Bir iş bireye ne kadar çok boş zaman tanıyorsa o kadar değerlidir ki birey bu boş zamanda kendini geliştirebileceği uğraşlar edinebilsin. Hatta sırf bu yüzden müzik eğitimini Aristoteles, bolca boş zaman vaadeden bir hayat sunduğu için erdemın geliştirilebileceği bir uğraş olarak görür. Fakat bununla beraber boş zamanın nasıl değerlendirilmesi gerektiğiyle ilgili de fikirleri vardır. Platon boş zamanın bireyin gelişimi ve tüm güzelliklerin öğrenimi için faydalı bir aralık olarak görürken, Aristoteles bayağı sosyalleşme ve oyun gibi aktiviteleri de boş zamanın bir parçası olarak görür. Zira Platon erdemli insanın yetişmesinde çalışma ve para kazanma kaygısını yok sayar fakat Aristoteles, işin müsaade ettiği ölçüde erdem kazanacak olan bireyin, yeniden üretime geçebilmesi için tüm bu boş zaman aktivitelerinin gerekliliğinden bahseder. Fakat ikisinde de katı bir sınıf anlayışı vardır hatta Platon ideal devletinde dikey hareketlere müsaade ederek Aristoteles'ten daha esnek davranmıştır. Aristoteles ise devletin selameti için, gerek zengin gerek fakir halkın hırslarının dizginlenmesi ve zenginlik talepleriyle beraber ardı arkası gelmeyen isteklerle devlet yönetiminde baskı ve söz sahibi olabilmelerinin önüne geçmek istemiştir.

Dördüncü yüzyılda yaşamış bir avukat olan Libanius, kılıç imalatçısı olduğu için Konstantin konsülü saflarına kabul edilmeyen Thalassius'u, kılıçları eliyle yapmadığı, kendisinin de bizzat babası gibi emrinde işçiler çalıştırdığını söyleyerek savunur (Norman, 2000: 154). Thalassius'un konsüle kabulü için, emrinde çalışan işçileri olması ve sahip olduğu mal varlığıyla zarif bir beyefendi olarak yaşamını sürdürüyor olması beklenmektedir. Bununla beraber Thalassius'un ve diğerlerinin emrindeki ücretli çalışanlar veya köleleri ve bunların aralarındaki ilişkiye baktığımızda, önceki

başlıkta bahsettiğimiz sınıflı toplumun daha ileri bir halini görmekteyiz. Dolayısıyla gelişmiş sınıflı toplum demek, emeğin karşısında sermaye sahiplerinin daha da güç kazandığını ve örnekten gördüğümüz üzere toplumun bu zümreden beklediği yaşam tarzıyla aylaklığın ölçütleri daha da belirginleşmiş demektir.

Antik Yunan’da yaşayan aylakların yaşantısını anlamak için, öncelikle Antik Yunan’daki üretim ilişkilerine kısaca göz atmakta fayda görmekteyiz. Yukarıda da bahsettiğimiz gibi, toprak sahipliği, Antik Yunan’da önemli bir sosyal statüye karşılık gelmektedir. Toprak sahiplerinin, sahip oldukları toprakları değerlendirme yoluna bakıldığında, topraklarını özgür üreticilere kiraya verdikleri – ki özgür üretici toprak sahibinin bağısladığı toprağa muhtaç olduğu sürece ne kadar özgür olabilir – ya da kendi köleleriyle işledikleri görülmüştür (Croix, 2014: 150). İş bu sebeple Antik Yunan’daki sınıf yapısının temeli olan üretim koşullarını, özgür nüfus içinde değerlendirilen toprak sahipleri ve özgür olmayan emek olarak iki ana bağlamda ele alınması mümkündür. İlkel komünal toplumda incelediğimiz bir takım ayrıcalıkların getirdiği avantajlardan farklı olarak sınıflı toplum yapısı Antik Yunan’da sistemli hale gelmiştir. Hatta bu durum öylesine benimsenmiştir ki, köleci toplum düzeni kimi düşünürler tarafından uygar bir yaşam için zaruri görülmüştür (Harman, 2009: 74). Köleler üzerinde yükselen uygar yaşam koşulları, özgür bireyin konforunu sağlama işlevini görmektedir. Hatta Aristoteles, Politika adlı eserinde, köleliği olumlayarak, özgür vatandaşların bedeni bozucu ve ruhu aşağılatıcı işlerle uğraşmamasını salık verir (Aristoteles, 1975: 12). Köleliği olumlaması bir yana, Aristoteles’in ilgili yazında çalışmayı hor gören yaklaşımı, onurlu bir yaşantının ancak aylaklıkla olabileceği anlayışına dair ipuçları vermektedir. Sevimsiz işlere koşulan kölelerden farklı olarak kendi hesabına çalışan “ özgür insan” iş dışı zaman tasarrufuna da sahip olduğundan aylak olmak adına köleler ve toprak kiracılarından bir adım öndedir.

Toprak sahibi aristokratların yanı sıra, kendi hesabına çalışan köylüler ve zanaatkarlar da bu özgür nüfus içerisinde kabul edilmiştir (Croix, 2014: 153). Fakat bu kesim genellikle, asgari geçim şartlarını karşılayabilmek için, zamanının çoğunu çalışmakla geçirmektedir. Bu sebeple aylak kesimi oluşturmamaktadırlar. Hatta Aristoteles tarafından yurttaş olarak bile değerlendirilmemektedirler. Aristoteles’e göre çalışarak geçen bir yaşam soylu bir yaşantı olmadığı gibi erdemli olmak için de

elverişsizdir. Yurttaş etkinliklerini geliştirmek için gerekli yetenek ve erdemler de boş zaman isteyen bir öğrenme süreci gerektirmektedir (Aristoteles, 1975: 210). Köleler, kiracı üreticiler, zanaatkarlar ve köylülerin yanı sıra azatlıları da sayarsak geriye aylak yaşantıya muktedir sadece toprak sahipleri kalmış gibi görünmektedir.

Yukarıda bahsettiğimiz verileri değerlendirdiğimizde, rahat ve geniş boş zamanı olan bir yaşam bir tek toprak mülkiyetiyle teminat altına alınmış gibi görünmektedir. Mülkiyet, üst sınıflara, başkalarının emeği üzerine söz hakkı sağlamış ve Yunanlılar'ın tasavvur ettiği iyi bir yaşam için, çalışma zorunluluğu olmayan gerekli boş zamanı sağlamıştır. Yunan toprak sahipleri bu boş zamanı daha çok, eğitim, sanat, felsefe gibi entelektüel faaliyetlerle ve komutanlık, spor gibi uğraşlarla değerlendirmişlerdir (Croix, 2014: 153). Birer beyefendi gibi hayatlarını devam ettiren aylaklar, bu sömürü düzeninde doğrudan Antik Yunan kültür ve uygarlığının gelişmesini sağlayan yegane unsur olmuşlardır. Köleler sayesinde artı değeri biriktirme imkanı olan Yunan aristokratlar, sahip oldukları servetle kendilerini bilime, tartışmalara vermiş, sofistlerden özel dersler almış ve sanatsal faaliyetleri destekleyerek entelektüel hayatı harekete geçirmişlerdir (Şenel, 1970: 275).

Daha önce bahsettiğimiz üzere, onurlu bir iş olarak kabul edilen savaşçılık aylaklığın önemli göstergelerindendir ve bu durum Antik Yunan'da da geçerliliğini korumuştur. Yunan aylak sınıfı, savaşlarda orduya komutanlar göndermişlerdir. Platea ve Marathon gibi önemli muharebelerde iyi eğitim almış Yunan'lı aylaklar orduları komuta etmişlerdir (Croix, 2014: 154). Antik Yunan'lı aylaklar ayrıca, sahip oldukları boş zamanda siyasetle de ilgilenmişlerdir. Özellikle, Peloponez Savaşı sonrası, ciddi bir buhran yaşayan Atina demokrasisi karşısında aristokrasinin sesi yükselmiş ve siyasi hayatta aktif rol almaya başlamışlardır (Şenel, 1970: 362).

Roma'daki çalışma ve aylaklık anlayışıyla ilgili söyleyeceklerimiz Antik Yunan'dan pek de farklılık göstermemektedir. Öncelikle Roma'da da onurlu bir yaşantının toprak sahipliğiyle mümkün olduğu görüşü hakimdir. Öyle ki; tüccarlar sırf bu sebeple yeterli birikimi yaptıklarında toprak sahibi olma yoluna gitmişlerdir. Roma'da tüccarlık, köksüz ailelerden gelen insanların yaptığı alım-satım işleri olarak

görüldüğü için aşağılanan bir meslekti. Tüccar açgözlü, kar sağlamak için her şeyi yapabilecek kimse olarak görülürdü. Cicero tüccarlar için, zenginleşmekten yorgun düşen bir tüccarın ancak limana geri dönüp bir parça toprak alarak aşağılanacak yönü kalmayacağından bahsetmiştir (Aries ve Duby, 2006 (a): 141). Çünkü daha önce de bahsettiğimiz gibi, toprak sahipliği, bolca boş zaman sağlayan ve aylak yaşantıya imkan tanıyan bir statü göstergesidir.

Roma İmparatorluğu'nun ekonomisi neredeyse tamamen tarıma dayanıyordu. İmparatorluğun başından sonuna kadar her yerinde Akdeniz'in temel tarım ürünleri büyük ölçüde kuru tarım yöntemiyle, sulamaksızın yetiştirildi (Freeman, 1996: 154). Bu yöntem de bize imparatorluktaki çalışma anlayışıyla ilgili, coğrafya faktörünün de etkili olduğunun ipucunu vermektedir. Braudel, toprağı verimli kılmak için gerekli olan günlük çalışmayı bir yana bırakıp Akdeniz'in güzelliğine kanmanın Romalılar için mümkün olabileceğinden bahsetmektedir (Freeman, 1996: 138). Bu sebeple ağır işler için kuzeyden gelenler, şehirde yaşayanlara göre yeğ tutulmaktaydı. Ayrıca doğuştan savaşçı kabiliyetlere sahip olduğu düşünülen kuzey halkları – ki Aristoteles de Politika eserinde kuzey halkları için gözüpek savaşçılar demiştir – demir işleme, avcılık ve ağır tarım şartlarında çalışabilen işçiler olarak kıymetli ve asker alımları için de ilk tercih edilen kesim olmuşlardır (Gibbon, 1988: 29). Oturarak icra edilebilen işler daha değerli görülmekle birlikte, bu tür sanat ve meslekler Akdeniz halkları tarafından daha çok tercih ediliyordu. Bunun dışında, tarım alanları villa denilen çiftliklere ait topraklar olarak bölünmüş, köleler ve kiracılar tarafından işleniyor ve bu durum da toprak sahibine boş zaman ve aylıklık olanağı sağlıyordu. Fakat kölelerin çalışma şartları Antik Yunan'da olduğu kadar ağır değildi. Kölelerin yeteneklerine göre eğitim görmesine imkan tanınıyordu (Gibbon, 1988: 60). Bilim ve sanata ilgi gösteren genç köleler efendilerinin evlerinde eğitim alabiliyorlardı. Ayrıca köleler azat bedelini ödeyerek de özgür olabiliyorlardı.

Roma'da aşırı uçlarda bir yaşam görülmekteydi. İmparatorluğun büyük kısmı fakirlikten kırılmakta, bunun dışında çok küçük bir azınlık aşırı lüks ve refah içerisinde yaşamaktaydı. Nüfusun çoğunu topraksız işçiler, kiracılar ve köylü, küçük arazi

sahipleri oluştuyordu. Bu nüfusun, elde edilen ürünün artışıyla beraber kentlere taşınması ve sık görülen kuraklık sebebiyle sürekli, yaşamları tehdit altındaydı (Freeman, 1996: 527). Toplumun alt tabakaları, talihin kendilerine nasip etmediği lüks ve eğlenceleri, kötü görmek gibi bir tutum takınıyorlardı. Bununla birlikte, zengin sınıf yemek konusundaki heveslerini tatmin edecek paraya ve boş zamana sahiptirler (Deighton, ty: 65). Aylaklıkları onların özel hayatlarının bir parçası olduğu gibi daha önce vermiş olduğumuz bilgiler ışığında da zaten antik çağ aylakların çağı olmuştur dersek yanlış olmaz. İmparatorluğun dağılmasından sonrada toprak sahibi asiller aynı geleneği devam ettirmişlerdir. Bizler de çalışmamızın bundan sonraki kısmında feodal dönemdeki aylaklık anlayışını inceleyeceğiz.

1.4.4. Feodal Toplumda Çalışma ve Aylaklık Anlayışı

Feodalite için, en genel tanımıyla, artı gelirin tarımdan sağlandığı ve Avrupa'nın Orta Çağ'ına denk gelen küçük krallıklar içinde koruyucu-korunan ilişkisine dayalı toplum biçimi diyebiliriz (Eco, 2014: 211). Barbar Cermen kabilelerinin ve uygar Roma topluluklarının karışımından oluşan ve birleştirici unsurunun Hristiyanlık olduğu Avrupa feodal toplulukları, Roma İmparatorluğu'nda görülen bir takım ekonomik sorunlar sonucu ortaya çıkmış sistemlerdir (Şenel, 2006: 807). Feodal toplumda çalışma ve aylaklık kavramlarını inceleyeceğimiz çalışmamızın bu kısmında, Roma İmparatorluğu ile feodalite arasındaki köprüyü kurabilmek için feodal toplulukların ortaya çıkışından kısaca bahsetmemizde fayda görülmektedir.

Roma İmparatorluğu'nda ele geçirilen toprakların bir kısmı askerlere veya çiftçilerin üzerine geçirilmekteydi. Latifundiya denilen bu topraklarda pazara yönelik ürünler yetiştirilirdi. Fakat zamanla bu üretim villanın kendi ihtiyacını karşılayan kapalı ekonomi tarzı üretime dönüşmüştür. Bu da artı ürünle beraber villa – ki ortaçağda bu birimlere manor denilirdi – beylerinin güçlenmesine sebep olmuştur. Roma pazarlarında görülen ekonomik krizle beraber kapalı ekonomiyi benimseyen toprak sahipleri aynı zamanda zanaat işlerini de manorlarda görmeye başlamışlardır. Böylece, tarım ürünlerinin içeride tutulmasıyla başlayan kent ve kırsal yaşantı arasındaki uçurum daha da derinleşmiştir. Artık pazarlara manorlardan ürünler

gitmediği gibi kentli zanaatçi de mal satamamaktadır. Ticaretin çöküşüyle birlikte halk kentleri terk edip kırsal kesimlere göç ederek toprak sahiplerine sığınmışlardır (Eco, 2014: 55). Bu durum ortaçağa geçişin en önemli özelliklerinden biri olarak kabul edilir. Kırsala göçlerin başlamasıyla kentlerin nüfusu azalmış, adeta köylere dönüşmüştür. Bununla beraber kırsaldaki villalar nüfus artışıyla beraber güç kazanmış ve önemli üretim merkezleri haline dönüşmüşlerdir.

Bununla birlikte, toprakta çalışan köleleri beslemekte zorlanan toprak sahipleri köleleri için de çözüm arayışlarına girişmişlerdir. Nasıl ki kölelerin yılın her ayı toprakta çalışması gerekmiyorsa, toprakta çalışmadığı aylarda köleleri beslemek istemeyen efendi, kölelerle “mevsimlik köle” anlaşması yapar (Şenel, 2006:808). Köleler bu düzende toprağın işlendiği zamanlar dışında özgür, ekme-biçme mevsimlerindeyse efendilerine çalışmak zorundaydılar. Ayrıca azatlı kölelerden oluşan, özgür olmalarına rağmen hiç bir hukuki hakkı olmayan başka bir sınıf da söz konusuydu. Vatandaşlık haklarını ancak başka bir Romalı yurttaşın üzerinden karşılayabilen bu kesim, Romalı yurttaşlar altında sığıntı olarak çalışarak hukuki haklarından faydalanabilmekteydiler. Bu koruyucu-korunan ilişkisi daha sonraları doğacak yeni toplumsal sistemde süzeren-vasal – ki günümüzdeki işveren-çalışan ilişkisine denk gelir – özgür ama korunmaya muhtaç bir sınıfı ortaya çıkaracaktır (Şenel, 2006: 809).

Böylelikle Roma topraklarında yavaş yavaş feodal beylikler görülmeye başlanmıştır. Cermen topraklarında ise, Roma ordularını bozguna uğratan Cermenler, her yönden Roma kültürünün üstünlüğünü kabullenmiş durumdaydılar. Uygar bir yaşam için ilk kuralın da yerleşik hayat olduğunu bilen bu savaşçı barbar kabileler, ele geçirdikleri topraklarda yerleşik düzene geçmişlerdir. Ele geçirdikleri topraklardaki çiftçilere ise herhangi bir şekilde dokunmayan barbar kabileler, çiftçileri korumaları altına alarak, çiftçilerin kendileri için üretmelerini sağlamışlardır (Şenel, 2006: 810). Böylece Avrupa kıtasında feodal döneme geçilmiştir. Feodal beylikler, Kuzey İtalya’dan, Fransa’ya, Cermen topraklarından, Britanya adasına kadar geniş bir coğrafyaya yayılmıştır. Haliyle de bu yeni yönetim ve toplum biçimi kendi kültürünü de doğurmaya başlamıştır. Fakat öncelikle, aylağa toplum tarafından öykünüldüğünden bahsettiğimiz gibi, uygar Roma’da soyluların yaşamı bu noktada

feodal beylere ilham olmuş ve gerek eski Roma'lı bir asker olsun gerek Cermen bir kabilenin reisi, ilk yaptıkları şey öykündükleri kültürü kendi yönetimlerinde hayata geçirmeye çalışmak olmuştur ve tıpkı Roma soylularının yaptığı gibi, iyi yiyerek, iyi giyinerek ve Roma kültürüne ait ince zevk ve sanat anlayışını taklit ederek eski aylağın mertebesine ulaşmaya çalışmışlardır. Fakat bu doğrudan Roma kültürünün bir kopyası olmadığı gibi onun garip bir sentezi olarak bu eski barbarların yeni hayat tarzını meydana getirmiştir.

Ortaçağ denince akla ilk olarak şövalyeler, güzel giyimli kadınlar, krallar, turnuvalar, zengin sofralar gibi unsurlar gelmektedir. Fakat pek de değinilmeyen bir üretici sınıf da söz konusudur. Huberman'ın bir ortaçağ deyişi üzerinden savaşılar, dua edenler ve çalışanlar diye ayırdığı ortaçağ sınıflarındaki çalışanlara karşılık gelen bir kesim (Huberman, 2009: 11). Bahsettiğimiz sınıf, savaşan kralları, dua eden rahipleri besleyen bir çalışanlar sınıfıdır. Feodal bir yönetimde geçimin tüm yükü bu sınıf üzerinde toplanmıştır. Köylüler diyebileceğimiz bu sınıf ortaçağda yöneten için rant tahıl ve rahipler için, öşür tahıl üretiminde çalışırdı (Marx, 2003: 55). Fakat ortaçağdaki çalışma şartları Roma'dakinden biraz farklı olarak, köle ve kiralık emekten ziyade nispeten özgür sayılan serfler ve vasallar tarafından yapılmaktaydı. Serfler, yılın on iki ayı köle beslemek istemeyen yöneticiler tarafından, yılın belli zamanları efendileri için çalışanların oluşturduğu bir sınıftır. Vasallar da yasal haklardan faydalanmak için efendinin toprağında yerleşik olarak yaşayan, karşılığında toprakta emek harcayan efendisine biat eden bir diğer sınıfı oluşturmaktadır (Bloch, 1983: 186). Bu ücretli tarım emekçileri aynı zamanda boş zamanlarını manorda çalışarak harcarlardı. Nispeten özgür olan diğer sınıfsa çalışanlar arasında azınlığı oluşturmaktaydı. Bu sınıflar geçimlerini kendilerine ayrılan topraktan sağlamakta, toprağın geri kalanını ise efendi için ekmektedirler.

Roma'daki gibi efendi toprak üzerinde tasarrufta bulunabilmesine rağmen toprağın tüm ürün hakları efendi üzerinde değildir. Efendi toprağın üçte birlik bir kısmına doğrudan sahiptir (Huberman, 2009: 13). Bu toprak yine köylüler tarafından ekilip biçilir ve ürün efendi tarafından alınırdı. Köylü kendi payına düşen topraktan ise ruhban sınıfına öşür öder ve geri kalanıyla da geçimini sağlardı. Avrupa feodalitesi genel olarak bu şekilde örgütlenmiştir. Toprağın mümkün olduğunca fazla alt

feodallere bölünmesi temel özelliği olarak göze çarpmaktadır. Ayrıca, feodal beyin kudreti toprağının çokluğundan ziyade topraklarında yaşayan uyrukların çokluğuyla doğru orantılı olduğundan bu durum bir prestij göstergesiydi (Marx, 2003: 616). Çünkü topraklarında ne kadar çok kişi yaşarsa hizmetine koşacak o kadar çok insan olacaktır. Dolayısıyla bu durum efendi için daha çok boş zaman ve aylıklık imkanı sağlayacaktır. Ayrıca efendinin topraklarında yaşayan insanların özel hayatı da efendinin elindeydi. Efendi, kölelerinin özel yaşantısını düzenlemede söz sahibi olarak, kölenin gündelik planlarını düzenler. Doğan çocuklar üzerinde hak iddia etmek bile kölenin, kendi çocuğunun bedelini efendiye ödemesiyle mümkündü. Haliyle böyle bir ortamda özel hayat bir lüks olarak karşımıza çıkmaktadır (Aries ve Duby, 2006 (b): 34). Efendi kölelerinin özel hayatını düzenlerken kendi özel hayatını boş zaman üzerinden keyfince kurabilmektedir. Yukarıda bahsettiğimiz prestij, iş bu hususta, efendinin ne kadar çok boğaz besleyebildiği değil, ne kadar çok hizmetkârı ve boş zamanı olduğuyla alakalıdır. Bu durum da aylak bir yaşam tarzı geliştirmek için yeterlidir.

Feodal dönem aylıklık anlayışı görüldüğü üzere yine toprak ve topraktan elde edilen artı değer etrafında şekillenmiştir. Toprağında sığınan, toprağını işleyen ve özel işlerine bakan bir çok insan olması önemli bir gösterge olsa da aylıklık hali temelde tarımla elde edilen artı değer etrafında şekillenmiştir. Fakat Ortaçağ'ın sonlarında, aydınlanmayla beraber yeni gelişen bir sınıf, kralların ve beylerin tüm ihtişamını yavaş yavaş gölgede bırakıyordu. Kralıklar zayıfladıkça burjuvazi yükselmeye başlamıştı. Bizler de çalışmamızın bundan sonraki kısmında aydınlanma ve burjuvazi sınıfını çalışma ve aylıklık üzerinden ele almaya çalışacağız.

1.4.5. Aydınlanma Dönemi'nde Çalışma ve Aylıklık Anlayışı

Ekonomik sorunlarla çözülen Roma İmparatorluğu Avrupa'da başlayacak yeni bir dönemin önünü açmıştır. Feodal dönemi izleyen bu süreç, Aydınlanma hareketi düşünürlerince, Roma'nın yıkılması akabinde, rasyonel insanın ahlaken bozulmasıyla tarihsel sürecin düşünsel bağlamda başa alınması ve tekrar aklın mitlere üstün geldiği bir döngü olarak açıklamaya çalışmışlardır (Perry, 2002: 61). Eğer bu sürece bir tanım getirmemiz gerekirse, Aydınlanma, Avrupalı düşünürlerin toplumlarını kusurlu

görmeleri sebebiyle dünyanın artan bilgisiyle bilimin insan gelişimini beraberinde getireceği inancı taşıyan, 17. ve 18. yüzyıl entelektüel hareketidir (Harman, 2009: 242). Toplumun genelinde varlığından söz edebileceğimiz önyargı ve hurafelerin akılcılığa dönüşüm süreci, reform ve rönesansı takiben gerçekleşmiş, hepsinden daha kalıcı bir devrim olmuştur. Bu süreçte ilk olarak, Ortaçağ'da toplumun en önemli birleştirici unsuru olan kilise parçalanmaya ve yeni anlayışlar geliştirmeye başlamıştır. Bunlardan en önemlisi ise, Avrupa'daki Hristiyanlık reformu, Protestanlık hareketidir.

Protestanlık hareketi, Hristiyanlık tarihini düşünsel ve toplumsal olarak derinden etkileyen bir dönüm noktası niteliğindedir. Protestanlık düşüncesiyle beraber Hristiyanlık, yeni bir mezhebin ötesinde yeni bir hayat tarzıyla tanışmıştır. Dünyevi aziz olma arzusunu taşıyan her bir protestanın inancına göre Tanrı insana iki çeşit çağrıda bulunur. Bunlardan birincisi genel çağrıdır ve herkes için aynıdır. Bu çağrı hristiyanlığın temel inanç ve esaslarını içerir. İkinci çağrı ise her bir bireye özeldir. Bireyin gündelik hayatta yapması gereken işler ve mesleği üzerine odaklanır.¹⁸ İnsanları gündelik işlerine çağırın Tanrı olduğu için, mesleğini icra eden her bir birey de Tanrı'ya hizmet eden birer kahya olmaktadır.

Aslında, çalışmanın Tanrı'dan gelen bir çağrı olduğunu savunan kişi, reform dönemi batı kültürünün gelişimini etkileyen, Protestan hareketinin kilit liderlerinden Martin Luther'dir. Luther'in incil tercümesinde Almanca'ya beruf olarak çevirdiği meslek sözcüğünü, rufen, çağırmak/seslenmek sözcüğünden türeterek, çağırmak kelimesini meslek anlamıyla kullanmıştır. Bu çeviriye göre meslek, kişinin Tanrı tarafından çağrıldığı iş anlamına gelmektedir (Weber, 1999: 67). Bu inanç, hristiyanlığın esaslarından çok çevirenin ruhunu ortaya koymakta, Luther'in çalışma kavramına bakışı hakkında bilgi vermektedir.

Katolik inancında, çalışmak Tanrı tarafından istenmiş olmasına rağmen bu istek bedenle ilgili görülmuş ve inanç esasları maneviyatın konusu olarak dünyevi işlerden uzak tutulmuştur. Fakat Martin Luther, keşişçe bir yaşamı gerek Tanrı katında gerekse

¹⁸<http://www.christianitytoday.com/history/issues/issue-89/original-puritan-work-ethic.html> (01.05.2017)

bu dünya için bencilce bulmuş, dünyevi görevlerden sıyrılmanın bir yolu olarak görmüştür. Dünyevi meslek uğraşını ise ona, komşu sevgisinin dışavurumu ve öteki için çalışmak şeklinde temellendirerek, her koşul altında mesleğin gereğinin yerine getirilmesini Tanrı'yı hoşnut kılmanın tek yolu olarak görerek, onaylanmış her mesleğin Tanrı katında değerli görüldüğü anlayışını geliştirmiştir (Weber, 1999: 69). Zira çalışmak Tanrı'nın çalışmayı teşvik edici buyruğuna uymakla birlikte, hem çalışan birey hem de diğerleri için sorumluluk almak demektir. Ayrıca insanların kendi mesleklerinde gayretle yaptıkları işlerin bir anlamda Tanrı'ya hizmet olduğunu ve faydalı mesleklerin toplumun temeli aynı zamanda farklı sosyal sınıfların da sebebi olduğuna inanıyordu.

Luther'in dini boyutuyla ele aldığı çalışma kavramının, Antik Yunan düşünürlerinin yaklaşımlarından oldukça farklı olduğu dikkat çekmektedir. Antik Yunan felsefesiyle yoğurulmuş kadim Katolik inancınca da çalışma yadsınan bir eylem olarak görülmüştür. Bu sebeple halkın ve hükümdarların cömertliğiyle şerefli bir yaşam süren Katolik keşişler, İncil'de İsa'nın, devenin iğne deliğinden geçmesi, zenginin Tanrı hükümrânlığına girmesinden daha kolaydır, dediği gibi fakir bir yaşamı kutlu kılmışlardır.¹⁹ Belki bu sebeptendir ki Katolik din adamları da üretmeyerek fakir bir yaşantıyı tercih etmişlerdir. Fakat konumuzla ilintili olarak, çalışmama ve fakirlik, kilisesinin kodlarına o kadar işlemiştir ki, Katolik inancınca her bir Katolik üretim ilişkileri içerisinde daha az kar açlığı çeken sakin bir mizaç geliştirmiştir. Güvenli bir yaşamı risk ve heyecana tercih etmiştir (Braudel, 1996: 170). Protestanlığın ise ekonomik bağlamda Katolik inancından bu kadar farklılaşması ve kısa sürede Almanya'nın üçte ikisini etkisi altına almasının sebeplerinden en önemlisi yukarıda bahsettiğimiz, kiliseye yapılan bağışların ve kilisenin katı yaptırımlarının yıllarca tüccar, zanaatkar ve hükümdarları ekonomik olarak zor durumda bırakmasıdır (Harman, 2009: 188-189). Her ne kadar Luther bu hızlı yayılma için, Tanrı'nın sözü yaptı, dese de Protestanlığın benimsenmesindeki temel neden yapısal bir ekonomik kriz dönemindeki sınıf duygusudur. Dolayısıyla Protestanlık, alt tabakadan gelen üretici sınıflarla yükselmiş ve mezhebin amentüsü olan çalışma kavramı da böylelikle inancın ayrılmaz bir parçası olmuştur.

¹⁹ İncil, Markos 10: 25

Protestanlıktaki sıkı çalışma inancının tek nedeni ekonomik bağlamda güç durumda bırakılmış tüccar ve zanaatkarlar da değildir. Bu duruma izahat getirebilmek için biraz da Luther'in erken yaşantısına bakılması gerektiği kanaatindeyiz. Luther'in doğduğu, Almanya'nın Thüringen bölgesinde aileler çok çocukludur ve garip bir miras geleneği gütmektedirler. Ailenin sahip olduğu mallar kardeşler arasında pay edildiğinde her bir çocuğa işe yaramayacak kadar bir mal kaldığı için, tüm mal küçük çocuğa bırakılır, diğer kardeşlerse başlarının çaresine bakmak durumundadır. Luther bu coğrafyada varlıklı bir ailenin ikinci oğlunun çocuğu olarak dünyaya gelir. Uzun yıllar sefalet çeken Luther ailesinin babası Hans Luther, madenlerde çalışmak için Mansfeld'e göç eder. Sıkı çalışma ve mal birikimiyle zaman içerisinde maden ocakları kiralayan ardından da maden fırınları satın alan baba Luther, belediye meclisine kadar yükselip siyasi kariyer yapma imkanı da bulur (Sormunen, 2011: 7-8). Böyle bir ailede yetişen genç Martin Luther de zor bir hayatı yoluna koymanın tek yolunun yoğun çalışma temposu ve birikimle mümkün olduğu anlayışını geliştirmesi ve bunun insanların refahı için gerekli çıkar yol olarak görmesi işten bile değildir. Örnekte görüldüğü üzere ve Weber'in de, ya iyi ye ya da rahat uyu, atasözünden alıntılacağı gibi, Katolik risksiz ve daha konforlu bir hayatı seçerken, kazanç peşinde maceralı bir hayat Protestanlar için tercih edilesidir (Weber, 1999: 35).

Günümüzde çalışma eylemini Tanrı'nın merhametini kazanmak için yapmıyor olsak da çalışmanın önemine dair bu anlayış modern insanın üretim ahlakını yansıtmaktadır. Her ne kadar öyleymiş gibi görünse de, Protestanlık kapitalizmin tek nedeni değildir. Tam aksine, çalışmamızın ileriki kısımlarında işleyeceğimiz üzere, çok daha geçmişten gelen bir korunma ve birikim ihtiyacının ussallaştırılmış halidir (Macfarlane, 1993: 204). Fakat bu hareketin sonucunda meydana gelen değişim Engels'e göre tamamen Burjuvazi menfaatlerine hizmet etmesiyle, dinin kılık değiştirmiş hali olarak değerlendirilmiştir. Burjuvazinin savunucu yazarlarına göre uyumcu öğretilerle yazılan aydınlanmanın tarihinde reform, Hollanda'da meydana gelen burjuva devrimine esin kaynağı olmuş, İngiliz iç savaşında ise Püriten Ahlak'ın ideolojisine bürünmüştür (Perry, 2002: 70). Bu sebeple Protestan hareketi, burjuva devrimlerindeki savaflara sebep olmasıyla dolaylı olarak, günümüz anlamında,

kapitalizme geçişte önemli rol oynamıştır. Üreticilerin ürünlerini meta ve değer olarak ele alarak toplumsal ilişkiler kurduğu ve kendi emeklerini türdeş insan emeği ölçütüne indirgedikleri meta üretimine dayanan bir toplum için Protestanlık en uygun din biçimiydi (Marx, 2003: 81). Bu nedenle protestanlık hareketi başlangıçta kitleleri burjuvazi merkezli değişime uğratması amaçlanmasa da sonucunda toplumun hayatlarını idame ettirme yollarının piyasalar aracılığıyla yaşanan değişimin giderek egemen olmasına neden olmuştur.

Reform ve Rönesans ile devam eden Aydınlanma sürecinde teknik, düşünsel ve dini yaşamdaki değişikliklerde etkili olan aydınlanma düşünürleri de aslında devrimci değillerdi. Aydınlar, üst sınıfları sponsor olarak gören muhalif entelektüellerden ibaretti (Harman, 2009: 243). Ayrıca, papalar, imparatorlar, prensler ve lordların tümü emeklerini finanse etmek için paraya ihtiyaç duyuyorlardı. Bu durum da 16. yüzyılda, eski düzeni muhafaza etmek isterken bile o düzeni yerle bir edecek güçlerin – yani burjuvazinin – güçlenip yaygınlaşmasına sebep olmuştur. Dolayısıyla aydınlanma bir sınıf olarak burjuvazinin güçlenerek erk kazandığı dönem olarak dikkat çekmektedir. Zira devletler ekonomik koşullara göre biçimlenir ve bu sefer lordların yerini burjuvalar almıştır. Burada burjuvaziye bir tanım getirmek gerekir ki, sözünü ettiğimiz sınıf, el emeğinden geçinmemekle birlikte, soylu ya da eşraf olmayan varlıklı tüccar, hekim ve avukatlara karşılık gelmektedir (Appleby, 2012: 88). Yani burjuvazi altında çalıştırdığı proleterlerle ve elde ettiği artı değerle boş zaman ve dolayısıyla aylıklık hakkının yeni sahibidir.

Burjuva uzamında boş zamanı dolduran eylemlerin yinelenme durumu rutin anlamına gelmez, yinelenme yapılanları ritüelleştirir ve ritüel de anı genişletir (Aries ve Duby, 2006 (c): 206). Öncesinde o an beklenir, ona hazırlanılır, sonrasında o an yorumlanır, yeniden düşünülür. Zevk, günün kilometre taşlarını oluşturan o anların beklentisinden kaynaklanır. Dolayısıyla burjuva günlük hayatını engin bir boş zaman üzerinden kuran bir diğer sınıftır. Ayrıca günlük hayatın uzamındaki ağırlık tüm görgü kurallarının uygulandığı ve ritüellerin olması gerektiği gibi yaşandığı bir süreçtir. İş bu süreçte burjuva, kendisini neredeyse tamamen kendi dolaysız öz korunmasına ve

refahına adanmış olan toplumsal ilişkilerini ancak refahını desteklediği ölçüde kuran insan varlığını tanımlar (Fukuyama, 1993: 186). Refah söz konusu olduğunda da çalışmamız gereği aklımıza aylaklık durumu gelmektedir. Elinde bulundurduğu üretim araçları ve ticari amaçlı metalarla burjuva artı değer üzerinde hak iddia edebildiği gibi bir yandan da işin devamlılığı ve verimliliği dışında amaçlı emekten uzak bir yaşam tarzı geliştirmesiyle toplumun yeni aylağı olmuştur.

Dönemin üretim ilişkilerini işçi ve burjuvazi olmak üzere bu iki sınıf üzerinden incelediğimizde öncelikle şundan bahsetmek gerekir ki bu iki sınıfın da farklı odağı ve farklı bir yeri olduğudur. Modern dönemdeki işçi sosyalist hareketleri de bu kentli, topraksız, ücretli işçilerle (proleterya), iktisadi yaptırım sahipleri (burjuvazi) arasındaki çatışmalara odaklanmıştır (Wallerstein, 2006: 57). Dolayısıyla aydınlanmanın üretim tarzındaki etkileri, günümüz üretim koşullarını ve sınıfsal çatışmaları yaratan yegane unsurdur. Bizler de çalışmamızın bundan sonraki kısmında sanayi devrimi sonrası çalışma ve aylaklık kavramı üzerinden üretim ilişkilerini ve bu iki sınıfın menfaat çatışmalarını ele almaya çalışacağız.

1.5. SANAYİ DEVRİMİ SONRASI MODERN SINIFLI TOPLUMLARDA AYLAKLIK VE “EMEK ÜRETMEYEN DEĞER ÜRETMEK”

Fransız İhtilali sonrası Avrupa’da özgürlük, eşitlik ve kardeşlik sloganları hep bir ağızdan duyuluyordu. Devrim, eski feodal ayrıcalıkları ve hiyerarşileri yok edip yasal eşitliği kurumsallaştırmıştı (Callinicos, 2013: 101). Fakat yine de ciddi sınıf ayrılıkları varlığını sürdürüyor ve daha da önemlisi sanayi devrimiyle beraber sınıflararası makas aralığı daha da genişliyordu. İnsanlık, eşitlik arayışı sürecinde en ciddi virajda sanayi devrimiyle sınanmış ve kaybetmişti. Bizler de çalışmamızın bu kısmında tarihsel süreç içerisinde ele aldığımız çalışma ve aylaklığı, sanayi devrimi ve devrimin yarattığı yeni bir çağ olan modernizmin toplumu dönüştürmesi bağlamında incelemeye çalışacağız.

Déscartes, insanın temel görevinin, maddenin her türlü amaç için serbestçe kullanılması olduğu ilkesini açıkça ifade ettiğinden yaklaşık 350 yıl sonra doğadan kopma sürecimiz tamamlanmış ve insanoğlu sanayileşmeyle tanışmıştır. Bu kopuşu, yani sanayi devriminin başlangıcını İngiltere'ye dayandırabiliriz. Üretimdeki kökten yenilikler, mal üretimi için tamamen yeni bir sistem meydana getiren makineleşme süreciyle, toplumsal ve entelektüel atılım İngiltere'de gerçekleşmiştir.

Her ne kadar sanayi devrimi buharlı makinelerin icadıyla beraber anılsa da aslında sanayi devrimi buharlı makinelerden daha geç gerçekleşmiştir. Buharlı makineler ilk olarak kömür madenlerinde su pompalamak için kullanılmışlardır. Bu toplumsal bir devrim yaratmaktan çok uzak bir uygulamaydı. Buharlı makineler, İngilizlerin yaratıcı zekası ve kapitalist ihtiyaçlara dayanan İngiliz ekonomik uygulamasının bir eseri olarak gelişmiş ve şekillendirilmiştir (Kuczynski, 1968: 34-35). Asıl sanayi devrimi Wyatt adlı bir mühendisin, ilk taslağını Kay'ın yaptığı ve hızlı mekik adındaki bir makineyi geliştirerek, dokuma hızını bir kaç misline çıkarmasıyla başladığı kabul edilir. Bu andan itibaren manüfaktür denilen - dağınık küçük üretmenleri bir çatı altında toplayıp aralarında yapılan iş bölümü ile verimliliği arttırmak - üretim biçimi tüm İngiltere'de yayılmış ve bu bildiğimiz anlamda kapitalizmin başlangıcı olmuştur (Kıvılcımlı, ty: 10). Tabii daha önce de belirttiğimiz gibi kapitalizm sanayi devriminden çok daha eskidir, sanayi devrimi kapitalizmin rasyonelleşmiş halidir. Appleby'nin verdiği örnekle kapitalizmi, Sanayi Devrimi'yle başlatmak bir hamileliğin çetelesini beşinci aydan itibaren tutmaya benzemektedir (Appleby, 2012: 8-9).

Başlangıcı Sanayi Devrimi kadar net olmayan başka bir kavram daha bu dönemle ilgili karşımıza çıkmaktadır. Bu da Sanayi Devrimi'nin içinde gerçekleştiği modern zamanlar kavramıdır. Sanayi Devrimi'ndeki üretim ve sınıf ilişkilerine girmeden önce bahsi geçen dönemle ilgili biraz bilgi vermemiz yerinde olacaktır.

Modern sözcüğü latince modernus olarak ilk defa 5. yüzyılda, Hristiyan Roma'yı pagan dönemden ayırmak için kullanılmış bir sözcük olarak karşımıza çıkmaktadır (Yıldırım, 2010: 703-719). Buradan da anlayacağımız üzere modern sözcüğü, bir dönemi diğerinden ayırmak ve yeni olanı belirtmek için kullanılan bir kelime olmuştur.

Modern kelimesinin içeriği sürekli değişse de yeniye geçişin bir ifadesi olarak süregelmiştir. Modernlik geçmişten bir kopuş, yeni ilkeler temelinde taze bir başlangıç anlamına geliyordu. İnsan evriminde emsali görülmemiş yeni gelişmelere uzanan bir zamana giriş demektir (Kumar, 2013: 101). Bu kavram incelediğimiz döneme de adını vererek, artık hiç bir şeyin eskisi gibi olmayacağıının içselleştirilmiş izahını ifade etmektedir.

Marx modern zamanların başlangıcını küresel sermayelerin ortaya çıkışıyla ilişkilendirir. Bunun da meta dolaşımı sayesinde olduğunu söyler (Marx, 2003: 138). Marx'a göre, meta üretimi ve metanın daha geniş bir coğrafyada dolaşmaya başlaması, kapitalin de geliştiğı tarihi temeli meydana getirmektedir. Bu da 16. yüzyıla tekbaül etmektedir. Kumar da modernliğı, sanayileşmeden ziyade daha geniş bağlamda kapitalizmle bağdaştırdığından, modernizm ve ekonomik hayat biçimlerinin bağdaşımının 16. yüzyıla kadar uzandığından bahseder (Kumar, 2013: 104). Marx'a göre de küresel ticaret ile dünya geneline yayılmış olan pazar, kapitalin modern tarihinin başlangıcı niteliğindedir (Marx, 2003: 137). Fakat modern toplumsal hayatın başlangıcı 16. yüzyıldan biraz daha geç, sanayi devrimiyle gerçekleşmiştir. Teknolojik gelişmelerle birlikte, bilim ve pozitivizm daha iyi bir geleceğin mümkün olabileceğı inancıyla karşılanıyor ve "modern olan" tüm gelişmeler insanlığın daha da ileri gitmesi anlamını taşıyordu (Harman, 2009: 376). Doğayı yıkma pahasına, bilimin ruhu ile kapitalizmin ruhu arasında daha baştan beri yakın olan bu birliktelik sanayi toplumunun gelişmesine etken olmuştur. Bu sebeple modern sermaye, üretim tarzı ve toplumsal yaşantıda köklü değişikliklere sebep olmamıştır fakat gelişen sanayinin üretim sürecine dahil olmasıyla birlikte, göçler, yeni çalışma ve üretim şartları, yeni iktidar ve yeni kültürel oluşumlar 19. yüzyılda modern zamanların başlangıcı olarak kabul edilebilir.

Modern zamanın özelliklerini daha iyi kavrayabilmemiz açısından ona tarihsel perspektiften bakarak, modernliğı meydana getiren kavramları ortaya koymamız faydalı olacaktır. Samir Amin, modern dünyayı meydana getiren iki temel tarihsel süreçten bahseder. Bunlardan birincisi, modernitenin doğuşudur (Amin, 2006: 13). Modernite geleneksel olandan koparak toplumların eski düşünce ve davranışlarından arınması anlamına gelmektedir. Öyle ki Peter Gay'in Ezra Pound'dan aktardığı gibi

“Yeni Olanı Yap” sloganı, modern kuşağın özlemini özetliyordu (Gay, 2017: 26). Modern sözcüğünün tanımında da bahsettiğimiz gibi modernizm ve modern düşüncüyü eyleme koyarak onu düzenleyen modernite, yeni olanın yapılması, tercih edilmesi, ortaya konulmasını ifade etmektedir. Modernite iş bu hususta başlı başına bir eylem ve yönelim davranışıdır.

Modernite insana tarihi yazma şansı tanıyordu. Artık tarihi yazan tanrı değil insanın kendisiydi. Fakat tarihin ortaya çıkışı belli yasalarla anlam kazanıyordu. Bu da pozitif bilimlere olan inancı arttırmaktaydı. Modernizm neresinden tutulursa, toplumsal istikrar, rasyonalizm ve ilerlemenin damgasını taşıyan bir düşüncüyü (Best ve Kellner, 2016: 23). Fakat modernite düşüncesinin sakıncalı başka bir boyutu da söz konusudur. Bu da modernite hareketinin tamamıyla bir burjuva düşüncesi oluşudur, ki Amin’in dediği gibi modernite kapitalizmin iyi yüzü olarak karşımıza çıkmaktadır (Amin, 2006: 14). İnsanlığın bel bağladığı tüm teknolojik ilerlemeler üretim araçlarının gelişmesine ve üretim araçlarını elinde tutan sınıfın da teknolojik gelişmelerle beraber güçlenmesi anlamına geliyordu. Ayrıca burjuvazi bu noktada modernizmin en önemli bileşenlerinden biri olan kapitalizmi meydana getiriyordu.

Modernizmin kapitalizm bileşeninden bahsetmişken, burada modernizmi meydana getiren kavramlara kısa bir ara vererek, modern zamanın özelliklerini biraz daha irdelememiz gerekirse modernliğin tüm bileşenlerini dört boyutta ele alan Anthony Giddens’a bakmamız yerinde olacaktır (Giddens, 1992: 62-64);

Giddens’a göre modernliğin birinci boyutu kapitalizmdir. Kapitalizm özel sermaye ile mülksüz üretici arasında ilişki kuran bir meta üretim sistemidir. Bu ilişki kapitali elinde tutan sınıf ile emrinde çalıştırdığı işçiler modernizmin bu boyutunun temelini ve toplumsal sınıflaşmayı oluşturmaktadır.

İkinci boyut ise endüstriyalizmdir. Endüstriyalizm toplumsal örgütlenmenin biçimini belirleyen şeydir. İnsan ve makine arasındaki ilişkiyi kuran hammadde girdi ve çıktılarının üretimin belli kurallara göre devamlılığını sağlar. Endüstriyalizm sınıfsal ayrışmanın kurumsallaştırıcısından çok modern öznenin işlerliğini belirleyen ve bunu düzenleyen bir yapıdır.

Üçüncü boyutu ise Giddens gözetleme olarak belirlemiştir. Gözetleme, kamusal alandaki insanın etkinliklerini izleyen ve denetleyen bir mekanizmadır. Denetim *panopticon* kavramında olduğu gibi doğrudan da olabilir ama daha ziyade enformasyon temellidir.

Dördüncü ve son boyut ise askeri iktidardır. Askeri gücü devletler tarih boyunca toplulukları kontrol etmek için kullanmışlardır ancak bunun başarılı bir şekilde tekele alınması modern devlete özgüdür. Ayrıca askeri iktidar ile endüstriyalizm arasında da doğru orantılı bir bağ vardır tıpkı endüstriyalizmle kapitalizm arasında olduğu gibi. Gözetleme boyutuyla askeri boyut da siyasi erkin güvenliği için karşılıklı ilişki içindedir.

Tüm bu boyutların karşılıklı etkileşimi de modern toplumun temel sistemsel örgütlenmesini meydana getirmektedir. Fakat kapitalist üretim ve endüstriyalizm unsurları göz önüne alındığında yine modern zamanların sanayi devrimiyle yakından ilişkili olduğunu görmekteyiz. İş bu sebeple modern zamanların başlangıcını sanayi devrimine bağlamaktayız.

Amin'e göre modernizmi meydana getiren ikinci önemli kavram ise marksizmdir (Amin, 2006: 14). Marksizm, yukarıda modernizmin bileşenleriyle çizdiğimiz karanlık tablonun müsebbibi Aydınlanma felsefesi ve burjuva aklına getirdiği eleştiriyiyle, bir çok modern dönem bilim ve sanat insanını derinden etkilemiştir. Fransız İhtilali'nin ortaya attığı özgürlük/eşitlik/kardeşlik fikrinin modern sistemlerde sadece burjuvazinin bu kavramlardan nasibini alan bir yapıya dönüşmesi marksist düşüncenin temel eleştiri odağı olmuştur. Modernizm böylelikle kendi antitezini de üreterek bir kavram olarak tamamlanmıştır.

Modernizm pek çok alanda etkinlik gösteren bir akımdır ancak bizler çalışmamızda modernizmin değişen üretim ilişkileri ve sanayi devrimi bağlamında ele aldığımız için modernizm tanımımıza bu hususta sınırlama getirmekteyiz. Fakat bizler çalışmamızın bundan sonraki kısmında da, modernizmi genel çerçevesiyle ele

aldığımız kısımda modernizmin iki yüzünden bahsettiğimiz gibi Marksist perspektifte ele alarak onu anlamaya çalışacağız.

Tarımla başlayıp sanayiyle sonuçlanan değişim, geleneksel toplumun çatlaklarında uzun süredir var olan ticaretin özgürleşerek dinamiğini insanların yasaları, sınıf yapıları, kişisel davranışları ve önemli değerlerine dayatmaya başladığı anı belirtir (Appleby, 2012: 8). İş bu sebeple sanayi devrimi ve modernizm sadece üretim tarzının değişmesi değil, değişen üretim tarzıyla yeni bir toplumun oluşmasına etken olan bir faktördür. Sanayi devrimi 13. yüzyıldan beri ilk kez Avrupa kent ve kırsal yaşamını derinden etkilemiştir. Kırsaldan kentlere yapılan göçler de dahil olmak üzere nüfus artışları, kentlerin hızla büyümesini körükledi (Benevolo, 1995: 188). Öyle ki bu nüfus hareketliliği sonucunda 1851’de Londra bir milyonun altında olan nüfusunu iki buçuk milyona çıkardı. Bir sanayi şehri olan Manchester ise 1760’da 12.000 olan nüfusunu 19. yüzyılda dört yüz bine çıkartmıştır. Bu nüfus hareketlerinin neticesinde, Kuczynski tarafından sanayi öncesi, tarım işçileri ve gündelikçiler olarak genelleştirilerek sınıflandırılan iş grupları yavaş yavaş yaygınlığını kaybederek yeni bir işçi grubuna yerini bırakmıştır; proletarya (Kuczynski, 1968: 23).

Proletarya sözcüğü aslen Fransızca olmakla birlikte, Türk Dil Kurumu sözlüğünde emekçi sınıfı anlamına karşılık gelen bir kelimedir.²⁰ Bununla birlikte proletarya doğrudan bir sınıfsal ayrışmayı ve kapitalin karşısında bir cepheyi belirtmek için kullanılan siyasi bir söylem halini almıştır. Fakat kelimeye daha tarafsız bakmamız gerekirse, Guy Standing proletaryayı tanımlamaya çalışırken, bu kavram için; uzun dönemli, istikrarlı, sabit zamanlı ve ileriye dönük olarak işçinin nasıl ve ne kadar ilerleyebileceği açıkça belli olan işlerde çalışan, sendikalaşmanın olduğu, kolektif sözleşmelerin yapıldığı, ebeveynlerin iş ünvanlarını anladığı, isimleri ve özellikleri bilinen yerel işverenlerin bulunduğu bir toplumsal sınıftan bahseder (Standing, 2014: 20). Tanımdan anladığımız kadarıyla bu işçi sınıfının iş tanımı bellidir, mesai süreleri ve ne kadar ilerleyebilecekleri ve doğal olarak yaşam standartlarını ne kadar iyileştirebilecekleri belli sınırlarla tespit edilmiştir. Proleteryanın tüm sendikal hakları ise gerek kapitalizmin zaman içerisindeki

²⁰ http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.59b8fa7d34d800.68478471

dönüşümü, gerek Marksizmin bir takım kazanımlarıyla mümkün olmuştur. Ancak bizim bahsettiğimiz dönem için bu bile mümkün değildir. Zira asıl önemli olan tüm bu sınırların belli bir iş veren tarafından belirlenmiş olmasıdır. Yani modern zamanın çalışkan aylağı tarafından. Böylelikle karşımızda aylak olarak işveren yani burjuvazi ve onun karşısında, zaman içerisinde evrimleşen yeni köle, serf, işçi olan proleterya çıkmaktadır.

Mesai süreleri özellikle, aylaklık konulu bu çalışma için önem arz etmektedir. Fransız ihtilaliyle beraber ulusun üretimde ve ticaretle rol oynayan kitlesi, imtiyaz sahibi, aylak din adamları ve aristokrasiye büyük bir darbe vurmuştur. Bu darbeyi yakından yaşayan Saint-Simon Cenevre Mektupları'nda "herkes için çalışma gerekliliği"ni vurgulayarak, ayrıcalıklı bir avuç insanın aylak yaşantısının gayriahlaki olduğunu savunmuştur (Kuczynski, 1968: 152). Burjuva ahlakının emrettiği gibi, erken sanayi dönemiyle kurumsallaşan çok çalışma kavramı, ağır çalışma şartları ve uzunluğuyla da dikkat çekmektedir, ki bu süre günde 14 saati bulmaktaydı. Çalışma sürelerinin yanı sıra ücret/saat dengesizliği proleterya ne boş zaman ne de boş zamanı değerlendirebileceği maddi imkanı sağlamaktadır. 12 saatlik ücrete yeri geldiğinde 18 saat çalışan proleterya, ucuzcu işverenin emrinde düşük ücretle daha çok artı değer üretmekle yükümlü kılınmıştır (Marx, 2003: 563). Boş zamanın bu durumda, lüks olarak burjuvazinin kontrolünde olduğundan söz edilebilir. Proleteryanın boş zamanı ise, işin yeniden üretilebilmesi için gereken zamanla sınırlı kalmıştır. Kuczynski bu durumla ilgili, günde 14 saat çalışan bir işçinin ne banyo yapmaya, ne sanat eserlerini görmeye, ne kitap ya da gazete okumaya imkan bulamayacağından bahseder (Kuczynski, 1968: 96). Tüm bunları gerçekleştirmenin de çalışma saatlerini düşürerek mümkün olacağını söyler. Çalışma saatlerinin düşmesiyle doğal olarak maaşı yükselmiş olacak olan işçi, sadece zenginlere ait olan lüks tüketim mallarını kullanabilecek aynı zamanda da kültürel-sanatsal aktivitelerde bulunarak kendini geliştirme imkanı bulacaktır (Kuczynski, 1968: 97). Zira işçinin ürettiği mallar büyük ölçüde, yine burjuvazi ve diğer zenginler tarafından tüketilmekte bu da mala olan ilginin daha kısıtlı olması ve bu sebeple de malın daha pahalı ve ulaşılmaz olmasına sebep olmaktadır. Aslında iş saatlerindeki düşüş bu bağlamda iki taraf için de faydalı olacaktır ancak bu durum daha geç bir dönemde mümkün olmuştur. Fakat iş saatlerinin azaltılması fikri de yine bu dönemde ortaya çıkmıştır. Böylece işçi öykündüğü aylak

sınıfa biraz olsun yaklaşabileceği en azından tüketim paydasında biraz da olsa uzlaşabileceği bir imkan aramıştır. Zira tüm bu çalışma şartları ve ücret adaletsizliği modern zamanların kanseri olarak kendine yer etmiştir. Daha iyi bir hayatın mümkün olduğuna dair fikirler de ilk kez bu dönemde yoğurulmuştur.

Bu dönem ortaya atılan çalışma saatini azaltma fikirlerinden biri de Bertrand Russell'a aittir. Modern dönemin burjuva ahlakından dem vuran Russell, çalışma ahlakının köle ahlakı olduğundan ve modern dünyada ise köleye ihtiyaç olmadığından bahseder (Russell, 2016: 13). Bu bakış açısı işçi merkezli bir görüş olmaktan çok teknik imkanlarla alakalıdır aslında. Şöyle ki artan makineleşmeyle beraber makineler daha çok insanın yaptığı işi tek başına yapabilmektedir. Bu hususta Russell der ki; bir metayı üreten işçiler günde sekiz saat çalışarak o metadan yeteri kadarını üretmektedirler ve bu hali hazırda tüm dünyanın ihtiyacını karşılamaktadır. Fakat bu işi yapan yeni bir makine icat edilirse ve üretim iki katına çıkarsa tüm bu üretim günde sekiz saat çalışan işçiyle ihtiyaç fazlasına dönüşecektir. Bu sebeple iyi organize olmuş bir işletmede, bir işçiyi günde dört saat çalıştırmak o metaya karşı duyulan ihtiyacı karşılamak için yeterli olacaktır (Russell, 2016: 15). Böylece işçi sosyalleşme, bilgi edinme ve eğlenmek için yeterli boş zamanı elde edecektir.

Çalışma saatlerinin azaltılması görüşünü paylaşan bir diğer düşünür ise Paul Lafargue'dır. Lafargue, makinelerin gelişmişlik düzeyi arttıkça, işçinin makineyle yarışmışçasına daha çok çalışmasını anlamsız görür. Makinelerin işlediği düzenli bir sistemde işçinin üç saat çalışması yeterlidir (Lafargue, 2015: 43). Zira tüm bu makineler – ki bir işçi dakikada 5 ilmek atarken, dokuma makinelerinin 10.000 ilmek attığından bahsedilir – tek başlarına onlarca işçiden daha verimli çalışmaktadırlar. Fakat, özellikle Protestanlığa boğulmuş İngiltere'de, dar düşünceli ve iyi niyetli işçilere empoze edilmiş çalışma ahlakı işçiyi, düşünürün bahsettiği gibi makineyle yarışır bir hale getirirken, işvereni de mecburen bolca tembellik etmeye ve tüketime itmiştir (Lafargue, 2015: 47). İşçinin emeği üzerinden aylak bir yaşantı geliştiren burjuva çalışma ahlakı kisvesi altında işçinin ürettiği mala yabancılaşmasına ve tüm bu çalışma temposuyla doğru bilinci geliştirecek imkanları yaratamamasına sebep olmaktadır.

1.5.1. Yabancılaşma

Çalışmamızın bu kısmında yabancılaşma kavramından bahsetmemiz yerinde olacaktır. Yabancılaşma, kısaca işçinin, malı, pazarda satılmak üzere üretmiş olması durumunda, ürünün hakimiyetine ve değişim değerine sahip olamaması sonucu yaşadığı deneyime denir (Gorz, 1986: 20). Ürettiği malın mülkiyetine sahip olmayan işçi onu satın alacak imkanlara ve kullanabilecek zamana da sahip değildir. İşçi bu durumu içselleştirmesiyle; “bunu isteyebilir miyim ki” veya; “ben kimim ki”, sorularıyla karşı karşıya kalır (Gorz, 1986: 99).

Yabancılaşma kavramı, Latince “Alienationem” yani yabancılaştırma kelimesinden, İngilizce anlamıyla “Alienation” olarak türemiştir²¹. Yabancılaşma kavramı Antik Yunan düşünürlerince de işlenmiş olsa da sistematik olarak literatüre girmesi ilk Hegel ile mümkün olmuştur (Ulusoy, 1988: 77-84). Her ne kadar kavramı Marx’ın geliştirdiği bağlamda ele alacak olsak da, kavramın daha anlaşılır kılınması için Hegel’e değinmeden geçemeyeceğiz. Bunu yaparken konumuzdan sapmamak için derin felsefi tartışmalardan kaçınmaya çalışacağız.

Hegel yabancılaşma kavramında ruh ile fiziksel dünya arasında bir bağ kurar, ruhsal olan, fiziksel olanla zorunlu bir bağ ile bağlanmıştır ve dışsal dünyanın algılanışına göre insan ruhtan ayrılabilir ve bu kopuş yabancılaşma durumunu doğurur (Swain, 2013: 15-16). Hegel’in yabancılaşma kavramında ilahi bir yan vardır. Fakat Feuerbach bir materyalist olarak Hegel’in yabancılaşma kavramına getirdiği eleştiriyi onu alt üst eder ve sol Hegelcilerden olan Marx ve Engels’e de ilham kaynağı olur. Feuerbach, idealist düşünme sürecini eleştirerek, her şeyi yapmaya kadir, etkin düşünen insanlara hakettiği değeri vererek, mantıki fikri tanrının yerine koyuyordu (Mandel ve Novack, 1975: 87). Feuerbach bununla beraber tarihi ve sınıfı olmayan insanın yabancılaşmasından dem vurmaktadır (Marx, 2013: 8). Feuerbach’a göre insan ancak ait olduğu sınıfın idrakına vararak farkındalığa ulaşabilir. İnsan sınıf içindeki edimleri ve bilinciyle varolmaktadır. Sınıf bilincinden uzak olan insan kendine yabancılaşarak sosyal yapı içinde yitmeye mahkumdur. Daha da önemlisi, Hegel,

²¹ <https://www.etymonline.com/word/alienation>

yabancılaşmayı sistemle uyumsuzlaşma olarak görürken, Feuerbach'a göre sistemle uyum sağlamak yabancılaşmış olmanın göstergesidir. Çünkü sistemle uyumlanan insan ne sınıf bilincine erişebilir ne de şartlarını değiştirmek için doğru bilinci geliştirebilir.

Marx tüm bu eleştirilere katılmaktaydı. Fakat Feuerbach'ın yabancılaşma sorununun çözümü olarak eğitim yolunu göstermesi de Marx'ın bir diğer eleştiri odağıydı (Swain, 2013: 19). Feuerbach'ın yabancılaşmaya bulduğu çözüm tamamen insanların fikirlerini değiştirmeye odaklıdır. İnsanların farklı şekilde yaşamaları için eğitilmesi gereken bireyler olarak görür ve Marx bunu yetersiz bulmaktadır.

Marx tüm bu tartışmalardan sonra kendi yabancılaşma kuramını meydana getirecektir. Marx (2013:8)'a göre yabancılaşma, işçinin, işveren için zorla çalışması, işçinin ürettiği metaya işverence el konulması ve işverenin elinde bulunan üretim araçlarının işçinin karşısına yabancı, köleleştirici bir güç olarak çıkararak, işçinin tüm bu üretim araçlarından ayrılmasıdır. Konumuz açısından yabancılaşma kavramı bu sebeple önemlidir; işçinin ürettiği ürünle arasına koyduğu mesafe ve bunun yanı sıra malın dolaşım hikayesi. İşçi ürettiği ürüne lüks gözüyle bakarak kendini bunu tüketmeye layık görmezken, aylak sınıf bu lüks ürünü satın alma ve kullanma hakkına-zamanına sahip olabilmektedir. Metaya sahip olma fikrine öylesine yabancılaşmıştır ki işçi, ne kadar mal üretirse o kadar azına sahip olabilir ve kendi ürünüyle sermayenin altına o kadar girer (Marx, 2013: 75).

Daha önceki başlıklarda ele aldığımız üzere, feodal dönemde örneğin, işlediği topraktan aldığı ürünün artısını askere, din adamına dağıtan köylü en azından ürettiği malı tüketebilirken, ürettiği üründen nasiplenemeyen modern zaman işçisi için bu dönüşüm sıradışıdır. İşçi artık üst sınıfa hizmet ederken emeğinden pay değil, ürettiği metayı olduğu gibi sunar. Geçmişteki statü paydaşlarından daha çok zaman harcayarak ve daha düşük gelir elde etme pahasına bunu yapmaktadır. Ayrıca üretilen metanın sanki doğada bir geçmişi yokmuş gibi işçilik sürecinin yok sayıldığı, işçinin kendine ve ürettiği metaya yabancılaştığı sürecin bir de meta fetişizmi boyutu vardır. Çalışmamızın bundan sonraki kısmında meta-fetişizmi kavramını ele alacağız.

1.5.2. Meta Fetişizmi

Yabancılaşmadan bahsetmişken, Sanayi Devrimi'nin bir sonucu olarak üzerinde durmamız gereken başka bir kavram da meta fetişizmidir. Zira işçi metalarda kendini ve sermayeyle olan ilişkilerini tanır (Lukacs, 1998: 271). İşçinin düşünce tarzı ve sosyal durumu ürettiği metalar üzerinden kurduğu ilişki çerçevesinde biçimlenmektedir.

Fetişizm sözcüğü, ilk defa Charles de Brosses tarafından 17. yüzyılda kullanılmış ancak terimin dolaşıma girmesi ilk defa 18. yüzyılda sömürgecilik hareketiyle beraber Afrika'lı yerlilerin bir takım objelere taptıklarının gözlenmesiyle mümkün olmuştur (Taşkaya, 2009). Yerlilerin fetişlerine duydukları dini ihtiyaç, bahsi geçen objelere bağlanmalarına sebep olmaktadır. Meta fetişizmi de aslına bakıldığında Afrika'lı yerlilerin tutumuna benzetilebilir bir kavramdır. Marx'ın doğaüstü inanışlara benzettiği bu bağlılık doğrultusunda belki insanlar metalara tapmamaktadır fakat metalar yapay doğalarıyla insanları etkisi altına almaktadır (Marx, 2003: 76).

Aslında metalar tüm bunları yaparken tamamen edilgendir. Metaları fetişlere dönüştüren şey, metaların kullanım değerlerini aşarak, onlara yüklenen anlamdır (Marx, 2003: 75). Bu durum da sanayi döneminde ortaya çıkan, insan emeğinin, metanın içerisine toplumsal nitelikte nesnelleştirilmiş bir halinin yerleşirmesinden kaynaklanmaktadır. Adorno ve Horkheimer'in deyişiyle; *“animizm nesnelere ruh kazandırmış, endüstriyalizm ise ruhları nesnelleştirmiştir* (Horkheimer ve Adorno, 1995: 46).” Malın piyasa değeri arttıkça kendi değerinin de artması ve bununla birlikte emeğin, üretim sürecinin bir parçası değilmiş gibi yok sayılması durumuyla karşı karşıya kalınmıştır. Adorno ve Horkheimer devam eder; *“ekonomik aygıt, topyekün planlamadan önce, metaları otomatik olarak insanların davranışlarını belirleyen değerlerle donatır.* (Horkheimer ve Adorno, 1995: 46).” Bu yolla metalar birer fetiş odağı haline gelerek toplumun geneline yayılmaktadır. Artık toplum, değerlerinin, tutumlarının metalar üzerinden belirlendiği bir hal almıştır.

İşçi emeğinin yok sayılmasına dönecek olursak, metaların ürettiği toplum gerek nesnel gerek öznel bir takım göstergelerle insan faktörünün üretim sürecinden ayrıştığı

sanrısını yaratarak işçi emeğini üretim sürecine dahil etmek istemez. Nesnel olarak, olmuş-bitmiş şeylerden ve bunların ilişkilerinden meydana gelmiş bir dünyanın karakteristiği ortaya konulmaktadır (Lukacs, 1998: 162). Sanki o metanın doğada bir geçmişi yokmuş gibi emek görmezden gelinir. Kaldı ki kaynağını doğadan alan metaların paha olarak değerlendirilmesi de ilginç bir olgu olarak dikkat çeker. Çünkü maddenin doğası değerli değildir, insan ona değer yükler. Marx'ın verdiği örnekle, hiç bir kimyager incinin veya elmasın içinde herhangi bir değişim değeri keşfedememiştir (Marx, 2003: 85). Fakat üretici bir meta olarak inci veya elmasa, enderliği üzerinden değer biçebilmektedir ve objenin büyüleyici doğası ve ona sahip olma hazzı nesneyi fetişleştirmektedir. Bu konu çalışmamızın kıt kaynaklara erişim kısmında daha geniş irdelenecektir. Fakat işçinin üretimine – ki bu bir masa dahi olsa farketmez - yabancılaşması ve ortaya çıkardığı metayla arasına koyduğu mesafe bu noktada fetiş objenin bir emeğin ürünü olarak algılanmasını zorlaştırmaktadır. Öznel olarak da aynı karakteristikle karşılaşıyoruz. Zira “*meta ekonomisinde*” insanın emeği dahi insana karşı nesnelleşmektedir. Marx'tan alıntılayan Lukacs bu durum için; “*işgücünün, işçi için bile, işçiye özgü bir meta şekline bürünmesidir*”, der (Lukacs, 1998: 162). Yani meta fetişizmi bu doğrultuda, emeğin hem nesnel hem de öznel olarak soyutlanmasına sebep olmaktadır.

İşçinin ve çalışma şartlarının değişmesine rağmen değişmeyen şey aylaklık kavramının içinin nasıl doldurulduğudur. Daha önceden de bahsettiğimiz üzere aylaklık muhafazakardır, dolayısıyla değişime karşıdır. Adı şef, kral, aristokrat ya da burjuva olsun; aylak sınıf lüks ve gösterişçi tüketim paydasında birleşmektedir. Bunu da işçinin emeğinden çalarak mümkün kılmaktadır. Modern dönemde de üretim ilişkileri değişse de aylaklık kavramının içi modern mucizelerle dolarak devam etmiştir. Üretim araçlarına sahip olan burjuvazi daha önce değindiğimiz üzere, Russell'a göre, proleteryanın mahrum kaldığı tüm iyi şeylere sahip olarak daha az çalışıp daha iyi bir yaşantı sürmüştür. Fakat modern dönem söz konusu olduğunda değinmeden geçemeyeceğimiz ikinci bir aylak sınıftan daha söz etmek gerekir; flaneur.

1.5.3. Flaneur Aylaklık

Flaneur Fransızca; avare gezen kimse anlamına gelmektedir (Benjamin, 2016: 92). Flaneur çalışmamızın başında bahsettiğimiz ikinci tür aylak sınıflamasına girmekle beraber buraya kadar irdelemeye çalıştığımız aylak öznenen farklılık göstermektedir. Flaneur, 19. yüzyıl Fransa'sında edebi ve felsefi çerçevede ilgi çekici hale gelmiş ve serbest zamanında “yürüyen” entelektüel figürüyle ilişkilendirilmiştir (Netchitailova, 2016: 650). Fakat Flaneur aynı zamanda bir kent gezginidir. Flaneur'ün kent gezgini olarak kavramsallaştırılması ise Baudelaire tarafından yapılmıştır. Baudelaire, Modern Hayatın Ressamı adlı eserinde Flaneur'ü bir kent gezgini olarak tanımlayarak, şehri en ücra köşelerine kadar arşınlayan ve kenti en ince ayrıntısına kadar gözlemleyen kişi olarak bahseder (Baudelaire, 2013: 33). Flaneur kalabalıklara karışan, kimsenin farketmediği fakat kendi herşeyin farkında olan hatta yazarın deyimiyle, nasıl ki kuş havada, balık suda yaşıyorsa, “o” da kalabalıklarda yaşayan bir figürdür (Baudelaire, 2013: 33).

Flaneur tüm bu yukarıda bahsettiğimiz “üretim ilişkileri”, “artı değer”, “boş zaman” vs. gibi kavramlarla ilişkisi olmaya kişidir. Kapitalizm de sosyalizm de kalkınmacı, üretkenlikle işleyen, devletli yapılarıdır. İkisinde de artı değer bulunmaktadır. Birinde patronlara, diğesinde ise parti devletine akmaktadır. Flaneur ise bu kalıpları dar bulan kişidir (Köse, 2012: 23). Flaneur sadece akan zamanı ve olayları izler ve çalışmanın, zamansızlığın kısacası modern hayatın tüm yaptırımlarını sorgular. Benjamin der ki, flaneur ne işçi sınıfına ne de burjuvaziye aittir, ikisinin de sınırındadır aynı zamanda. Bunların hiçbirine yerleşmiş değildir. Flaneur, - yukarıda bahsettiğimiz gibi - sığınağını kitlede arar (Benjamin, 2016: 99-100). Flaneur, hızlı akan zamanı yavaşlatarak anlamlandırmaya çalışan ve zamanın hızı içerisinde kaybolmuş insanlar arasına karışan fakat üretim ilişkilerine katılmayı reddeden öznedir. Bu yanıyla flaneur çalışmamızın genelinde ele aldığımız aylaktan farklılaşmaktadır.

Flaneur, edebiyat, sinema, felsefe gibi alanlarda işlenmiş geniş bir kavram olup daha derinlemesine irdelenmesi mümkündür. Fakat çalışmamızın maksadını aşacağından, kavramı çalışmamız kıstaslarında sınırlı olarak ele almış bulunmaktayız.

İkinci tür veya protest aylak olarak flaneur, birinci tür aylağın tüm tüketim ve gösteriş merakından sıyrılmış ve daha önemlisi entelektüel altyapısı olan bir figür olarak dikkat çekmektedir. Fakat bizler birinci tür aylağı ele aldığımız çalışmamıza, aylağın sanayi sonrası dönemdeki durumuyla çalışmamıza devam edeceğiz.

1.6. SANAYİ SONRASI DÖNEMDE ÇALIŞMA VE AYLAKLIK ANLAYIŞI

Sanayi sonrası dönem tanımlaması diğer dönemlerin gözle görülür özellikleri dikkate alındığında biraz iddialı bir tümce gibi durmaktadır. Zira tarımdan sanayiye geçişte aradaki ayrımı daha net izleyebiliyorken sanayi ve sanayi sonrası dönem arasındaki fark, bu kadar keskin bir ayrım izlenemiyor olması sebebiyle biraz daha pusludur. Fakat gelişen teknoloji, enformasyon kanalları ve bu kanalların ulaşılabilirliği, üretim ilişkilerinde meydana gelen değişimlerle böyle bir dönemden söz edebilmekteyiz. Bu görüş ilk olarak 1970’li yıllarda bir grup sosyolog tarafından ortaya atılmıştır (Kumar, 2013: 14). Bu düşüncüyü paylaşan sosyologlara göre, artık dünya yeni bir uygarlığın kapılarını aralamıştır. Gelmekte olan bu yeni çağın özelliklerini Strangleman ve Warren şöyle özetlemişlerdir (Strangleman ve Warren, 2015: 128);

- İmalattan hizmet ekonomisine kayma
- Özellikle Enformasyon Teknolojileri olmak üzere, yeni teknolojilerin daha da fazla kullanımı
- “Bilgi”ye artan vurgu
- Daha nitelikli ve eğitilmiş işçilere duyulan ihtiyaç

Bu araştırmaya göre, “Sanayi Sonrası” tezi temelde şudur: gelişmiş toplumlar olgunlaştıkça, hizmetler kesimindeki işlere ve özellikle de enformasyon teknolojilerine yatırım yaparlar (Strangleman ve Warren, 2015: 127). Sanayi sonrası toplum fikrini ilk tartışan düşünürlerden olan Bell, nasıl ki sanayi toplumu mal üreten bir toplumsa, sanayi sonrası toplumu da enformasyon toplumdur, der (Kumar, 2013: 22). Enformasyon toplumuna geçişle beraber, kömür, demir, çelik gibi eski tarz sanayilerden uzaklaşarak bilgi üreten sektörlerle doğru üretim kayar ve vasıfsız veya

tek yönlü uzmanlaşmış işçinin yerini ise eğitilmiş çalışanlar alır. Fakat bunu tartışmadan önce karşılaştırabilmek açısından sanayi dönemi üretim tarzından biraz bahsetmemiz yerinde olacaktır.

Dünyanın artık yeni bir çağa geçtiği görüşünde olan bir diğer sosyolog Alvin Toffler, dünya yeni bir dönem olan üçüncü dalga uygarlık düzeyine ulaşmıştır, der (Hira ve Şan, 2003: 63-75). Toffler'a göre dünya geçmişte üç farklı uygarlık dönemi geçirmiştir ve bu üç dönemi de üretim ilişkileri bağlamında açıklamaya çalışan araştırmacı, birinci dalga uygarlığı tarım toplumu olarak belirlemiştir. İkinci dalga ise araştırmacıya göre modern sanayi toplumudur. Peki ne olmuştu da dünya üçüncü dalga denilen döneme, yani sanayi sonrası döneme girmiştir. Araştırmacı her bir dönemi birbirinden farklı sosyo ekonomik ve kültürel şartları meydana getirdiği için ayırarak inceleme gereği duymuştur. Bizler de bu durumu inceleyebilmemiz için fordist üretim ve post-fordist dönüşüm bağlamında üretim ilişkilerine göz atmakta fayda görmekteyiz.

Fordist üretim, en genel tanımıyla bir hat üzerinde yapılan kitlesel üretim anlamına gelmektedir (Memduhoğlu, 2007). Bu üretim düzeninde işçi akan bir bant üzerinde basitleştirilmiş belli bir işi sürekli olarak yapmaktadır. Bu tekdüze ve yoğun çalışma şartları tamamıyla modern döneme aittir.

İşçi bu üretim tarzında sadece meta üretmez, ürettiği metayla beraber kendi de bir takım dönüşümler yaşar. Gramsci bu dönemi planlı ekonomiye geçiş olarak tanımlamıştır ancak burada sadece üretim değil insan da planlanmıştır. Fordizm fabrikada durmamış ev hayatını ve işçinin özel yaşamını da dönüştürmüş, işgal etmiştir (Kumar, 2013: 68). Bu yanıyla fordist üretim sadece bir ekonomik örgütlenme değil, kültürü temsil eden bir yapı niteliğindedir. Çünkü post-fordist üretimin hizmet anlayışından farklı olarak fordist üretim kitle için tek tip metaller üreten bir sistemdir. Bu durum da çalışmamızın ileriki kısımlarında daha geniş ele alacağımız üzere kitle kültürünün oluşmasında ve bireyin dönüşümünde önemli rol oynamaktadır. Ayrıca fordist üretim tarzı hegemonik bir nitelik de taşımaktadır. Güçlü bir yönlendirme ve bütünleşme eğilimiyle, bireylerin sisteme uyumu özel hayatlarına varıncaya kadar denetlenerek ve yönlendirilerek sağlanmaya çalışılmıştır (Saklı, 2007). Bu

denetlemeler öylesine geniş sınırlara ulaşmıştır ki, işçilerin iş dışı zamanda içki içmemeleri yönünde salık verilmesinden, çocuk işçilere çalışırken şarkı söyletmenin gelişimleri için çok faydalı olduğu gibi yaptırımlarla kitleleri verimli işçiler olarak dönüştürmek için kullanılmıştır. Bununla birlikte, çalışanların aile hayatını düzenlemek gibi ilk bakışta iyi ama verimli iş gücü üretme maksatlı hegemonik faaliyetler de işçiler üzerinde uygulanmıştır.

Fakat süregelen fordist üretim düzeninde, piyasalarda meydana gelen talep yetersizliği sebebiyle 1929 yılında bir ekonomik kriz meydana gelir. Talebi artırma hedefli Keynesçi makro ekonomi politikası sayesinde bu kriz fordist üretimin hakim olduğu ülkelerde refah ekonomisi yaratılarak aşılar (Saklı, 2007). Böylece 1970’li yıllara kadar fordizmin önü açılmış olur. Fakat 1970’lerin sonlarına doğru dünyada çıkan küresel kriz fordizmi de etkiler. Krizle beraber rekabet yoğunlaşmış, teknoloji hızlanmış, kitle üretimi zorlaşmaya başlamıştır ve gerek - daha önce bahsettiğimiz – yabancılaşma, gerek krizin getirdiği etkilerle, fordizm bir çıkmaza girmiştir (Güldiken, 2015: 133). 1973 yılında global petrol krizinin yaşanmasıyla kapitalizm yeni bir dönüşüm geçirerek fordist üretimin elli yılı aşkın hakimiyetine kademe kademe son vermiştir.

Kapitalizmin yaşadığı bu dönüşüm yeni üretim paradigmasını yani post-fordizmi beraberinde getirmiştir. Fordizmin bir çok özelliğinin değişen dünyada başarı için artık yeterli olmayacağını anlaşılmaya bir grup işveren, akademisyen ve politikacı fordizmi tekrardan ele alarak yeni piyasa şartlarına göre revize etmeye çalışmışlardır (Strangleman ve Warren, 2015: 128). Böylece fordist üretimin tek tip ağır sanayi ürünlerine karşı üretim şekil değiştirmiş; küçük işletmelerce paylaştırılan daha esnek ve kişiselleştirilebilir ürünlerin imal edildiği, uzmanlaşmış iş gücü ve bilgiye dayalı yeni bir üretim tarzına evrimleşmiştir (Kumar, 2013: 63-64). Post-fordizm dediğimiz bu yeni üretim tarzı daha müşteri odaklı olmasıyla dikkat çekmektedir. Fordist üretim düzeninde meydana gelmiş olan talep yetersizliği ve artan rekabet üreticiyi bu yola itmiştir.

Post-fordizm, kitlesel üretim yerine farklılaşmış üretimi getirmesiyle tüketici yelpazesini genişletmiştir ve bu sayede ürünler parçalara ayrılıp farklı coğrafyalarda

işlenebilir hale gelmiştir. Bu durum da örgütlü emeğin gücünü kırmıştır (Güldiken, 2015: 133). Fordist üretim rejiminde görülen, grev dalgaları, katı sözleşmelere karşı işçilerin ayaklanması gibi durumlar sanayi kuruluşlarının parçalı küçük işletmelere yönelmesiyle – yani korporatizmin yıkılmasıyla - ortadan kalkmıştır. Zaten post-fordist dönüşümle beraber sınıfların keskin çizgileri de silikleşmeye başlamıştır. Daha önce bahsettiğimiz üzere, vasıflı iş gücünün üretime katılmasıyla, beyaz yaka denen eğitilmiş sınıf ortaya çıkmış, mesleki eğitimden gelen işçi itibarını kazanmış, hatta yönetim kurulu toplantılarında işverenin yanında yer almaya başlamıştır.

Fakat sanılanın aksine post-fordist gelişmeler işçiyi teskin eden bir uzlaşma değildir. “*Post-fordist kapitalizm her şeye rağmen hala bir kapitalizmdir*” (Kumar, 2013: 67). Üretimdeki bu dönüşüm kapitalizmi ehlileştirmek değil, güçlendirmek amaçlı meydana gelmiştir. Post-fordizmle işçilerin çalışma şartlarında bir takım iyileşmeler olabilir, vasıflı işçiliğin yeniden gündeme gelmesi, hizmet sınıfının yükselmesi gibi fakat tüm bunların yine de kapitalizmin içinde bulunduğu krizden çıkarmak için uygunlanmış stratejiler olduğu unutulmamalıdır. Kaldı ki post-fordizmin de aynı fordizm gibi üretim tarzını aşan ve kurumlar kadar bireyleri de dönüştüren bir yapısı vardır.

Post-fordist üretimle beraber bireyci düşünce ve davranış yapısı desteklenmiş ve yükselişe geçmiştir. Değerler ve yaşam tarzları bölük pörçük olmuş, popüler kültüre yaklaşım değişerek artmış ve bireyin ev içi hayatı ve boş zaman uğraşları özelleşmiştir (Kumar, 2013: 70). Tüm bu dönüşümler bireyi refah kapitalizmi politikaları doğrultusunda sürekli haz arayışında olan özneye dönüştürmüştür. Öznel aklın kışkırtılmasıyla da değer yargıları çözülmüştür. Tüm bu dönüşümlerin yanında asıl konumuzla ilintili olan kısım birey, nihayet kendi tasarrufunda olan iş dışı boş zamanı kazanmıştır. Fakat kazanılan boş zaman modern zaman düşünürlerinin idealist yaklaşımlarından farklı olarak işçinin doğru bilinci üreteceği zaman olmaktan uzak, zevk ve tüketimle içi doldurulmuş bir zaman dilimine dönüşmüştür.

Bu yeni dönemde boş zaman algısı ve hazcılık eğilimine değinmeden önce, günümüzü de kapsayan dönem hakkında bilgi vermek faydalı olacaktır. Katı üretimin yıkıldığı esnek üretimle beraber esnek çalışma sistemine geçildiği, üretim sürecindeki

baskının gözle görülür azaldığı bu yeni iktisadi dönem postmodern düşünceden etkilenmiştir. Postmodern düşünceyle sosyal ve ekonomik hayatın her yerinde “kitlesele” anlayış yerini “moleküler” olana bırakmıştır. Bireyler hem üreten hem de tüketen olarak yeni sahalara yaratarak tüketim kalıplarını hızla dönüştürmüşlerdir (Öztuna, 2016: 987). İş bu sebeple postmodernizm değinmemiz gereken başka bir kavramdır.

Postmodernizm içinde barındırdığı “post” sözcüğünden de anlaşılacağı üzere, modernizmin ötesi anlamına gelmektedir. Postmodern dönem de modernizmin aşıldığı yeni toplumun kültürel ifadesidir. Fakat postmodernizmin, modernizmin başkalaşmış devamı mı yoksa gerçekten de modernizmin aşıldığı bir süreç mi olduğu tartışma konusudur. Bu sebeple postmodern kavramını öncelikle kendisinden önce gelen modernizmle çatışan bir kavram olarak ele almamız doğru olacaktır. Nasıl ki modernizmden bahsederken, onun, toplumu ne şekilde dönüştürdüğü, meta üretim süreciyle birey yaşantısını nasıl değiştirdiği ve kitle kültürünü kurduğundan bahsettiysek, postmodernizm de modernizm gibi, sanayi sonrası toplumu inşa eden, o toplumun kültürü olarak ele almamız yerinde olacaktır. İçinde geliştiği yapı her ne kadar kapitalist de olsa, postmodernizm, ekonomik, kültürel açıdan yeni özellikler göstermektedir, yani, modernizm modern toplumun kültürüyse postmodernizm postmodern toplumun kültürü olarak karşımıza çıkmaktadır (Yılmaz, 2013: 204).

Postmodernist düşünürler, hemen hemen her konuyu postmodernizm düşüncesinin içine dahil ettikleri için kavram çok bağlamlılık göstermektedir. Ayrıca düşünürlerin postmodernizmi ele alış biçimleri de birbirinden çok farklı olduğu için kavrama getirilen birden çok anlayış vardır. Örneğin; kimi düşünürler postmodernizmi anti-modern bir hareket, kimisi, modernizmin devamı, kimisi kapitalizmin yeni bir aşaması olarak görmüştür (Aydın, 2006: 29). Bizler de post-fordist dönüşüm çerçevesinde kapitalizmin yeni bir boyut kazandığını kabul ederek postmodernizmi de toplumsal dönüşüm bağlamında yani kapitalizmin yeni bir boyutu olarak ele alacağız.

Kapitalizmin kendine tehdit gördüğü her şeyi yıkmaya yıkamıyorsa da uyumlaşma eğilimi, postmodernizm denilen süreçte de etkili olmuştur. Post-endüstriyel dönüşümün yeni pazar arayışları ve küreselleşme gayreti karşısında güçlü temellerle

kurulmuş sosyalist blok da bu yayılımın önemli adımlarından biridir ve toplumsal dönüşümü anlattığımız bu kısım için önem arz etmektedir. Kapitalizmi ehlileştirme çabası güden düşünürlerden olan Bell'e tekrar dönecek olursak, Bell "The Coming of the Post-Industrial Society" adlı kitabında Marx'a saygı duymakla birlikte bunun Marksizmi reddederek değil de dönüştürerek mümkün olacağını söyler. Hatta Bell'e göre, Max Weber gibi kuramcılarının endüstriyel örgütlenmeleri rasyonelleştirici eğilimlerinin bir orta sınıfın doğuşu, yatırımın bürokratikleşmesi ve hissedarlığın yaygınlaşmasında etkili olabilecektir (Witheyford, 2004: 280). Bell'e göre bu sanayi sonrası bilgi toplumuna yapılabilecek yumuşak bir geçiştir ve enformasyon toplumuna ulaşmak için atılacak post-endüstriyel bir adımdır.

Bilginin yeni toplumun önemli bir parçası olduğunu tek düşünen Bell değildir. Postmodernist düşünürlerden de toplumsal dönüşümde bilginin önemli rol oynayacağını düşünenler vardır. Postmodernizm kavramını "Postmodern Durum" kitabında ele alarak literatürde popüler hale gelmesini sağlayan düşünürlerden Lyotard bunlardan biridir. Lyotard bu eserinde, bilginin, postmodern dönemde gelişmiş ülkeler için üretimde öncülük edeceğinden bahsetmiştir (Lyotard, 1997: 21). Bu yönüyle Lyotard'ın yaklaşımı Bell'in Enformasyon Toplumu Kuramı'na benzerlik göstermektedir. Lyotard'ın teknoloji temelli postmodernizm anlayışı bilginin toplumun belirleyici unsuru olacağı yönündedir. Lyotard ayrıca postmodernizmle beraber öne çıkan bilgi üretiminin sanat, kültür, ekonomi, bilgi, toplum gibi alanlara da sirayet edeceği görüşündedir. Kaldı ki bilgi akışı sürecinde, Doğu Avrupa ülkelerinin, fikir ve görüntüleri kendi sınırları içine akmasını denetlemeleri fiilen imkansızdı (Kumar, 2013: 204). Kumar'a göre bu durum gerisin geri batıdaki post-fordist çözümlenmelere yansır. Batılı post-fordistler, fordist üretimi çöken sosyalist ülkeler üzerinden eleştirme imkanı bulmuşlardır. Bununla birlikte 20. yüzyıla gelindiğinde Doğu'da komünizmin saptığı yer, batıda gelişen liberalizm anlayışına göre katı bir rejim olarak durmaktadır. Kapitalizm ise 1950-60'lı yıllarda geliştirdiği parlak ekonomik performansı, liberal demokrasi ile tamamlayarak 20. yüzyılın ileri ve gelişmiş toplum modelini ortaya çıkarmıştır (Şaylan, 2016: 23). Bu sebeple modernizmin üretim alanında olduğu gibi siyasal alanda da tek tipleştirici düşüncesine karşılık Lyotard, üst-anlatıların bu yeni dönemde artık geçerliliğini yitirmesi gerektiğinden bahseder (Aydın, 2006: 41) Modernizmin "kitle yaratma" çabasının

aksine insanlar yerel olanla yetinmelidirler. Tüm bunlar postmodernizmin siyasi boyutuyla ilintilidir ve konumuzdan sapmamak adına kısıtlı tutmaya çalışacağız. Ancak görülmektedir ki postmodern düzen kapitalizmin iktisadi devamı niteliğindedir. Fakat bizi ilgilendiren kısım daha ziyade postmodernizmin kültürel boyutlarıdır. Bu sebeple açıklamaya çalıştığımız postmodernizmi pragmatist bir düşünür olan Lyotard yerine bir diğer teorisyen Jameson'ın çizdiği çerçeveden takip etmeye çalışacağız. Zira Jameson postmodernizmi son dönem kapitalizm aşamasının kültürel yanı olarak ele almaktadır (Gottdiener, 2005: 208). Bu yönüyle çalışmamızda daha iyi yardımcı olabileceği kanaatindeyiz.

Jameson'ın postmodernliği de, Doğu Bloğu'nun yıkılmasından çok da bağımsız değildir. Soğuk Savaş'la beraber yeryüzüne yayılan ve tahakküm kuran yeni Amerikan kültürüne kitlelerin maruz kalması Jameson'ın kültürel belirlenimci postmodernizminin temelini oluşturmaktadır. Postmodernizmi geniş bir kültürel mantık olarak teorileştiren Jameson, postmodernizmi kapitalizmin ekonomik sistemiyle bağlantılandıran az sayıda düşünürlerden biridir (Best ve Kellner; 2016: 257). Postmodern dönemi, kent-Amerikan yaşam tarzı üzerine odaklanmış, tüketici olmayı öğrenmiş Amerika Birleşik Devletleri'nin aile merkezci etnosantrizm ve beyaz, orta sınıf Amerikan küçük kent yaşamının kendinden hoşnutluğu ile özetlemiştir (Jameson; 2011: 384). Ayrıca kitle iletişim araçları da bu kültürel yayılım ve yaşam tarzının benimsenmesinde önemli rol oynamaktadır. Daha önce de bahsettiğimiz gibi hazzı ve bireyci yaşam tarzını benimsemiş postmodern birey, kitle iletişimi aracılığıyla yeniden üretilmekte ve sonu olmayan arayışlarla ömrünü sürdürmektedir. Kamu benliği buharlaşmış, kitle iletişim araçları ve reklamcılık tarafından yaratılan ve yeniden üretilen eğlence toplumunun sanal benliği yerini almıştır (Gottdiener; 2005: 147). Bu sanal benlik kitle iletişiminin mesajlarına açık bir şekilde yaşamını devam ettirirken “özünü” yitiren birey üretilmiş sahte mutluluklar ve geçici heyecanlarla sanal bir beğeniler, beklentiler, arzular bütünü kurup sanal bir kişilik geliştirmektedir.

Sıradan bireyin konumu değişirken, yukarıda bahsettiğimiz gibi, post fordist politikalarla postmodern dönemde, anlaşılabilir olur ki, binlerce yıllık devam eden aylağın statüsü değişmez. Kapital sahibi patronların ve siyasi erk sahiplerinin iktidarı,

sanayi sonrası dönemde güçlenerek devam etmiştir. Fakat görülen başka bir şey var ki, kişiye özel üretime endeksli mikro sanayi, kitle iletişimi ve refah kapitalizmiyle beraber, artık sıradan birey de çeşitli yönlerle, öykündüğü aylağa “öyleymişçesine” yakınsamaya başlamıştır. Zira çalışma saatlerinin azalması aylağın en büyük göstergesi olan boş zamanı çalışan bireye kazandırmıştır. Fakat iş dışı kalan bu boş zaman kitle iletişim araçları, reklamlar daha doğrusu kapitalist sistemin devamı için üretici olan bireyi aynı zamanda tüketici olarak konumlandırarak tüketim alanı olarak yeniden üretilmiştir. Böylelikle çalışan birey, kullandığı eşyalar, aldığı hizmetlerle sanayi dönemindeki yaşadığı darboğazdan tüketim kültürüyle çıkmış ve kendini bu kültür etrafında varederek tüketim ve lüks paydasında aylakla bir nebze de olsa eşleşme şansı bulmuştur.

Tüketimi, çağın kültürü olarak gören düşünürlerden Baudrillard, tüketim kültürünün tüm kültürel değerlerin üzerini örterek, kendi kültürel sistemleri dışında bir zaman ve mekana ait kültürel değerlerin yerine geçerek “kültürsüzleştirildiğinden” bahsetmektedir (Baudrillard; 2010: 93). Baudrillard’ın tüketim kültürü tezi bu bağlamda, postmodern dönemi bir hegemonya alanı olarak gören Jameson’la birbirini tamamlar niteliktedir. Çünkü Baudrillard’a göre tüketim doğrudan nesnelere ilgili değildir. Tüketimin simgesel bir boyutu olduğunu söyleyen Baudrillard, bireyin ihtiyaç dışında o nesnenin ruhuna sahip olarak yoksunluğunu giderdiğini iddia eder (Senemoğlu; 2017: 71). Bu ruh ise kapitalizmin ruhudur ve kültürel erozyon daha doğrusu hegemonya ortamında şekillenen bir ruhtur.

Aylağın sahip olduğu bir takım nesnelere, sırf bu nesne aylakla anılıyor diye, kredi kartı, taksit, banka kredisi vs. gibi seçeneklerle sahip olabilen ve bu yolla aylaklığın ruhunu yakalayabilen birey bu dönemin dikkat çeken karakterini oluşturmaktadır. Aylak bu dönemde aylak yaşantısını, şirket içi yönetici faaliyetlerde yarı-aylak konumuna getirirken, işçi konumundaki birey ise tüketim yoluyla aylaklaşmış ve aylaklığın sınırları biraz buğulanmıştır. Fakat burada dikkat çeken ayrım biri tüm varyetiyile gerçek “aylağa yakışır” yaşantısını devam ettirirken, çalışan kesim aylağa belli “ruh taşıyan” nesnelere yakınsamaya çalışmaktadır. Bu sebeple burada aylağın yaşam tarzıyla, çalışan bireyin emelleri biraz karışmaktadır. Bizler de iş bu sebeple aylağın yaşantısını daha iyi idrak edebilmek için aylak sınıfın statü

ihtiyacına değinmemiz gerekmektedir. Bundan sonraki başlığımızda bu konuyu ele alacağız.

1.7. SINIFLARIN STATÜ İHTİYACI VE AYLAK SINIFIN STATÜ SİMGELERİ

Sınıfların statü ihtiyacından bahsetmeden önce statü kavramından biraz bahsetmekten yerinde olacaktır. Gordon Marshall, statü konusunda iki farklı yaklaşım olduğunu söyler (Marshall, 2005: 697);

Bunlarda birincisi, toplumsal rol nosyonuyla birlikte anılan kişinin toplum içerisinde işgal ettiği konumu ifade eder. Bu tanımdan yola çıkarak, statünün, bireyin toplumdaki konumunun belirleyici göstergesi olduğunu söyleyebiliriz. Bununla birlikte statü, bir gösterge olsa da bu göstergeyi belirleyen toplum kendisidir. Şöyle ki, statüye değer biçen toplum, kişinin statüsünün iyi veya kötü olduğuna karar verenin ta kendisidir. Bu sebeple statü, toplumun kendi üyesi olan bireyi algılayış ve anlamlandırma biçimidir (Ceylan; 2011: 93).

Fakat Marshall bu tanımın statü kavramına getirilmiş dar bir tanım olduğundan bahseder. Statünün daha geniş bağlamda ise; grup yada katmanların hukuki, siyasal, kültürel ölçütlere göre derecelendirilerek düzenlenen bir toplumsal tabakalaşma tarzıdır. Bu noktada kısaca toplumsal tabakalaşma hakkında bilgi vermemiz gerekmektedir.

Toplumsal tabakalaşma sadece günümüz toplumları için geçerli bir durum değildir. İnsanlık tarihi boyunca eşitsizliğin olduğu her yerde statü grupları da olmuştur ve statü grupları da toplumsal tabakalaşmanın temelini oluşturan etmenlerdendir. Toplumsal tabakalaşma, toplumdaki birey ve grupların sahip oldukları otorite, güç, statü, itibarla ayrışması anlamına gelmektedir. Bu sebeple toplumsal tabakalaşmayı, toplumdaki belli bir kesimin maddi ya da simgesel kazanımlarla elde ettiği ve bu durum sonucunda ortaya çıkan eşitsizlikler olarak tanımlayabiliriz (İnce, 2017: 295). Tabakalaşma iş bu surette adından da anlaşılacağı gibi toplum içindeki yükseltileri-alçaltıları ifade eden sistemdir.

Sosyal tabakalaşma ele alınış şekline göre farklı etmenlerle meydana gelen bir oluşumdur. Örneğin; Marx'a göre, Kapital'de işçinin sanayileşmeyle beraber yeni konumuyla ilgili verdiği bir bilgide, işçi sınıfını tabaka olarak belirtmiş ve tabakalaşma kavramını ekonomik ilişkiler neticesinde elde edilmiş sınıf anlayışına indirgemıştır (Marx, 2003: 254). Sınıf kavramı toplumsal tabakalaşma türlerinden biridir. Fakat dediğimiz gibi tabakalaşma kavramı ona nasıl yaklaşıldığıyla ilintilidir. Bu sebeple tabakalaşma üzerine bir uzlaşma söz konusu değildir.

Ekonomi ve sınıflar tabakalaşmanın meydana gelmesi için önemli bir etmen ancak kanaatimizce tek başına yeterli değildir. Bu sebeple tabakalaşmayı statü grupları üzerinden irdeleyen Max Weber'den bahsetmemiz yerinde olacaktır. Max Weber tabakalaşma kavramıyla ilgili statü çözümlemesinde, ekonomik ve sosyal düzeni birbirinden ayırıştırarak yaklaşır (Narin, 2006). Zaten Weber de "Sosyoloji Yazıları"nda statü gruplarının, ekonomik unsurlarla belirlenmiş sınıfsal konuma karşı, insanların yaşam tarzlarının onurla ilişkilendirilmiş öğeleri olduğundan bahseder (Weber, 2004: 277). Yani toplumda, o kültürce onurlu varsayılan eylemler ve imgeler kişi ve gruplara statü ayrıcalıkları tanımaktadır ve bu durum daha çok kültürle ilişkilidir. Örneğin; gözde bir semtte oturan insanları ele alalım. Burada oturan insanların iş durumları, mal varlıkları, tüketim alışkanlıklarına bakılmaksızın bu durum onlara bir statü kazandırmaktadır. Hatta Weber'in verdiği örnekten hareketle, belli bir sokakta oturanların, sadece o sokakta oturanlara özgü davetlere çağırılır, ziyaretlerine gidilir ve sosyal ilişkiye hak kazanır (Weber, 2004: 278).

Tabii statü ayrıcalıkları sadece onurla ilişkilendirilmiş eylemlerle sağlanmamaktadır, Weber'in verdiği örnekten de anlaşıldığı üzere. Statünün bir çok bileşeni vardır. Weber statü gruplarını, pozitif ve negatif ayrıcalıklarla sosyal itibar üzerinde etkili bir hak iddiası olarak görüp, Ekonomi ve Toplum eserinde şu şekilde belirtmiştir (Weber, 2012: 427);

- a) Yaşam tarzı
- b) Formel Eğitim

- a. Ampirik eğitim
- b. Rasyonel öğretim ve uygun davranış formları
- c) Kalıtımsal ya da mesleki saygınlık.

Bu bileşenleri açacak olursak, yaşam tarzını sosyal ilişkilerle bağdaştıran Weber (2004: 277); bireyin statü kazanımına öncelikle sosyal ilişkilerini kısıtlayarak başladığını söyler. Çünkü herkesle rastgele görüşmek prestijli bir durum değildir. Belli bir çevreye mensup olmak isteyen herkes belli bir hayat tarzı geliştirerek belli gruplar içinde bulunmalıdır. Birey, yer aldığı gruplarla statü edinir. Bunun için de, bugün çoğunlukla üyelerinin iş geliştirmek için katıldığı kulüpleri örnek verebiliriz. Fakat tüm bu topluluklarda, yine bireyin ekonomik durumundan bağımsız olarak, topluluğun gerekliliklerini yerine getirdiği ölçüde ona statü kazandırır. Yine Weberin verdiği bir örnekle; akşamüstü bir kulüpte bilardo oynayan patron ve çalışanlarının birbirlerine denk davranışlarda bulunması beklenir. Patronun orada çalışanına ona üstüymüşçesine davranması hoş karşılanmaz. Çünkü bir bilardo oyununda sadece oyunu ne kadar iyi oynuyorsanız bu durum o ortamdaki statünüze o kadar prestij katar.

Eğitim bileşeni, iyi bir eğitim alan bireyin, bitirdiği okullar, aldığı ünvanlar ve bilgisiyle toplum içinde statü kazanmasıyla ilintilidir. Eğitim saygınlığı arttırmanın yollarından biridir. Eğitim seviyesi arttıkça bireyin söylediklerine-yaptıklarına olan güven ve itibar o kadar artmaktadır. Bu eğilim gündelik hayatta da gözlenebilmektedir. Ayrıca saygın bir aileden gelmek de bir statü göstergesi olabilmektedir. Bununla birlikte insanlar mesleklerinin saygınlık ölçütüne göre statü kazanabilmektedir.

Weber statünün uygulamada kendini belli bileşenlerle ifade ettiğini söyler (Weber, 2012: 427);

- a) Meşru evlilik
- b) Ortakçılık
- c) Ayrıcalıkla kazan türlerinin tekelci sahipliği ya da belli kazanç türlerinden uzak durma
- d) Gelenekler

Meşru bir evlilik, ne olursa olsun bireye saygınlık kazandıran bir statüdür. İyi bir aileden biriyle evlenmek, tanınmış aileler arasında kurulan akrabalık veya hepsi bir yana sadece evli olmak bile kimi zaman bir statü göstergesine dönüşebilir. İyi statüden insanlarla kurulan türlü ortaklıklar da – bu iş veya sosyal ilişkiler olsun farketmeksizin – statü kazanımının yollarından olarak dikkat çekmektedir. Tekelci kazanca sahip olmak da – örneğin; ülkedeki deri ihracatının %70’ini elinde bulunduran kişi – gibi statü kazandıran durumlardandır. Ayrıca kirli kazançlardan uzak durmak da kişinin itibarını yükseltir. Son olarak da gelenekler statü belirlenimlerinde etkili rol oynar. Geleneklerin itibarlaştırdığı edimler bireye statü kazandıracak eylemler olacaktır.

Weber tüm bunlarla beraber, para ve girişimcilik durumunun tek başına statüyü etkileyemeyeceğini söyler. Statü, bir sınıf olarak belirmemekle birlikte, ondan etkilenen ama aynı olmayandır. Her statü durumu toplumsal düzeni belli gelenekler çerçevesinde düzenler ve bu durum ekonomik bağlamda görece bağımsızdır. Ekonomik bağlam altında incelenen sınıf kavramı ise statü gruplarına yakındır ancak mesleki sınıfa benzemeyendir (Weber, 2012: 428).

Weber ayrıca statü kazanımında irrasyonel tüketim örneklerinden bahseder (Weber, 2012: 428). İrrasyonel tüketimle edinilen statü – Veblen’in deyişiyle gösterişçi tüketim – metaların kullanım değerinden çok değişim değeriyle kazanılan, sahip olma ve varyetin göstergesiyle kendini belli eder. Bu duruma başlığımızın altında yer alan gösterişçi tüketim başlığında değineceğiz.

Onurla ilişkilendirilen eyleme tekrar dönecek olursak; onurlu eylem, daha önce bahsettiğimiz üzere aylağın göstergelerindedir. İlkel dönemlerde komutanlık, rahiplik yapmak, ortaçağda turnuvalarda derece almak ve zaman içerisinde elinde bulundurduğu kapitalle olsun aylak türlü göstergelerle “onurlu işi” gerçekleştiren bireydir. Bu sebeple eğer aylağa toplumsal tabakalaşma bağlamında hatırı sayılı bir yer kazandıracaksa, bu ister ekonomik durumuyla üst sınıfta yer almak olsun, ister kültürel yapı gereği ya da sosyal ilişkiler yoluyla statü kazanmak olsun, bunu yapacaktır.

Bizler de iş bu surette çalışmamızın bundan sonraki kısmında aylağın statü ihtiyacını nasıl giderdiğini, toplumda nasıl statü kazanarak öykünülen karakter olduğunu ele alacağız.

1.7.1. Gösterişçi Tüketim

Weber'in tüketimi bir statü aracı olarak gördüğünden bir önceki başlıkta bahsetmiştik. Öyle ki, bireyler sadece yaşantılarının devamı için değil, sahip oldukları nesnenin ruhuyla ve ürünün değişim değeriyle prestij kazanmaktadır. Tabii bir önceki başlıkta da dediğimiz gibi, tüm bu değerleri belirleyen – dolaylı yollardan da olsa – toplumun kendisidir ve bireyin tüketimine değer biçen yine toplumdur. Bu sebeple toplumsal tabakalaşmanın oluşmasında tüketim kalıpları önemli yer tutmaktadır.

Alan Durning; Japonların “üç yeni kutsal hazine”den bahsettiğini söyler. Bunlar televizyon, klima ve otomobildir. Bu şekilde değerlendirmelerindeki sebep de başarıyı, insanların tükettikleri meta miktarıyla ölçmeleridir (Durning, 1998: 7). Bu durum da bizlere göstermektedir ki tüketim toplumsal değerlere işleyerek kültürü yeniden biçimlendirmektedir. Yani, artık dillere pelesenk olan “ne tüketiyorsan o'sun” sloganı, postmodern dönem tüketicisi tarafından daha anlamlı hale gelmektedir.

Bu tümcenin bir başka boyutu daha vardır, ne tüketiyorsan o'sun, peki birey nasıl tükettiği şeye dönüşebilir? Çünkü toplumsal tabakalaşma bağlamında, tüketim nesnelere bireye belli tabakalarda yer alma imkanı tanır. Üst tabakalarda yer almak isteyen tüketici de bunun karşılığını vermek durumundadır. Ödediği bu pahayı, toplumun değerlendirmelerine açmak, dolayısıyla da konumunu değerlendirmelerine imkan tanıyarak üst statüde yer almak, tüketimi gösterişçi hale sokar. Bu durum gösterişçi tüketim eylemiyle sonuçlanır.

Gösterişçi tüketim, endüstriyel kapitalizmden sonra modern dönemle ilintilidir (Hürmeriç ve Baban, 2012: 91). Modern dönemlerin başından itibaren tüketim insanların kendilerini ifade ediş ve statü edinme aracı haline gelmiştir. Bu durum postmodern dönemde üretimin kitleleşip, tüketimin demokratikleşmesiyle had safhaya ulaşmıştır. Çalışma ve tüketme birbirine eş kavramlar olarak bir arada yer

buldu. İnsanoğlunun özgürlüğe karşı şiddetli istenci ve güduları onu tüketim alanına yöneltti. Bu tüketim toplumundan üretim toplumuna doğru giden toplumun bir sonraki tarihini meydana getirdi. İnsanlar özgürce tüketebilmekte ve tüketmek için çalışmak zorundaydılar (Bauman; 1999: 37). Her ne kadar toplumun her kesiminden herkes belli tüketim ürünlerine ulaşabilse dahi, çalışma farkıyla ulaşamayacakları bir sınıf hala mevcuttu; aylaklar.

Aylak sınıf tarihin başından itibaren değişim değeri yüksek metalarla kendini varetmiş ve bu durum postmodern dönemde de devam etmiştir. Aylak kendinden beklenen şekilde, hayatını belli standartlarda sürdürmelidir. Gösterişçi tüketim kavramını ilk olarak ortaya atan Veblen, aylak sınıfın tüketim alışkanlıkları için; *“soylu tarzlar ve yaşam şekilleri gösterişçi aylaklık ve gösterişçi tüketim normuna uygunluk unsurlarıdır”*, der ve devam eder, *“kıymetli şeylerin gösterişsel tüketimi aylak centilmenin şöhretinin aracıdır”* (Veblen, 2005: 61). Aylak sürdürdüğü rahat ve işten muaf yaşantıyı, çalışmayarak ama elde ederek sağlar demiştik. Fakat bu refahı görselleştirerek statüsünü belli etmek ister. Araştırmacının “kıymetli şeyler” olarak bahsettiği metalar burada birer gösterişçi objeye dönüşürler. Aylak elinde bulundurduğu metanın niceliği ve pahasıyla bunu göstermeye meraklıdır. Zira diğerleri bir şeylere sahip olabilmek için çalışmaları gerekirken, çalışmayan insanın rehaf içinde yaşayabileceği nasıl düşünülebilir ki? Bu sebeple gösterişçi tüketim aylağın refahının göstergesi olur. Çalışmadan ama artı değeri elde ederek. Tıpkı Ortaçağ’da senyörleri besleyen köylüler gibi, aylak sınıf malın tamamına el koyar çalışan sınıf ondan nasiplendirir.

Gösteriş söz konusu olduğunda sadece sahip olmak ve sahiplik üzerinden görünür kılmak yetmez. Varyeti bol bol paylaşmak da gerekir, hiç bitmeyecekmiş gibi. Bu sebeple düzenlenen ziyafetler, pahalı hediyeler gösterişçi tüketimin bir parçasıdır (Veblen, 2005: 62). Aylak düzenlediği eğlencelerle sahip olduğu varlığı paylaşarak bu tür eğlenceleri varyeti üzerinden bir gösterişe dönüştürmektedir. Ayrıca aylağın sunduğu pahalı hediyeler de aylağın “gözden çıkarabileceği” miktarı gösterdiğinden önemlidir.

Aylak bu tür eylemler sayesinde sayısız fayda sağlar. Sadece variyetiyle statüsünü toplum nezdinde yükseltmekle kalmaz aynı zamanda; alt sınıfın bağlılığını, üst sınıfların ise işbirliğini kazanır. Fakat amaç ne olursa olsun aylak tüm bunları gösterime açtığı varlığıyla kazanır. Günümüz aylağı da – tamamen işten muaf olmamakla birlikte – müsrifçe harcadığı paralar neticesinde edindiği, kol saati, çanta, ayakkabı vs. gibi metalar üzerinden gücünü ve yaşam tarzını göstermeye meyillidir. Bu durum onun refahının bir göstergesidir ve toplumun onu başarılı kılmasının bir ölçütüdür.

Tabii ki tüm bu metalar ve gösteriş gerek niceliği gerekse de pahası üzerinden olursa olsun, aylağın tüm bu metalar üzerinden bir başka göstergesi daha vardır. O da sahip olduğu malın niteliği. Yapıldığı malzeme, enderliği vs. Bizler de bu sebeple diğer başlıkta aylağın kıt kaynaklara erişimini inceleyeceğiz.

1.7.2. Kıt Kaynaklara Erişim

Kıt kaynaklara erişim, pahası kadar enderliğiyle de aylağa kendini ayrıcalıklı hissettiren bir olgudur. Örneğin; Mikimoto incileri, bizzat Mikimoto tarafından bulunmuş bir yöntemle kültür olarak istirdiyelerin içinde yetiştirilmektedir. Bu inciler, görünüşte diğer inci işleriyle aynı olmasına rağmen, kültür olarak yetiştirilmesi ve doğal üretimiyle diğer incilere göre daha ender çıkarılmaktadır. Bu sebeple görünüşü aynı olmasına rağmen Mikimoto incileri çok değerlidir ve sadece belli bir kesim tarafından satın alınabilmektedir. Burada önemli olan incinin görünüşü değil, enderliği olarak dikkat çekmektedir. Bu sebeple aylak ender olandan yana tercihini kullanmaktadır.

Aynı şekilde Veblen'in verdiği örnekle, bir gümüş kaşık yaklaşık 20 dolar değerindedir. Bununla birlikte değeri 10 centlik bir alüminyum kaşıkla kullanım değeri olarak arasında hiç bir fark yoktur (Veblen, 2005: 92). Fakat aylak tercihini gümüş kaşıktan yana kullanır. Çünkü kıt kaynaklara erişimi ve variyetini bu yolla sıradan şeyleri değerli kılarak harcaması onun aylaklığının göstergelerindedir. Bununla birlikte “yoksulların günahı ağızlarında bir gümüş kaşıkla doğmamak” diyen Marx da aslında gümüş kaşığın metafor olarak aylaklığın önemli bir göstergesi olduğunu

söylemektedir (Marx, 2003: 557). Gümüş kaşık bahsi bir yana aylak, pahada değerli ve gösteriş değeri olan maddelerden yapılmış metalleri kullanmaya meyillidir. Çünkü bunlara erişebilmek belli bir varyeti gerektirir ve aylaklığın gösterişe dönüştüğü noktalardan biridir bu kıt kaynaklara erişim olanağı.

Kıymetli taşların duyumsal güzellikleri bir yana onları değerli kılan ender olmalarıdır. Eğer ki bu taşlar, doğada sık bulunan maddelerden olsaydı aynı pahayı taşımazlardı. Veblen'in israf maddeleri olarak değerlendirdiği bu gibi metaller, bunları kullanmanın müstesnalığına sahip onurlu aylaklarca tercih edilmektedir (Veblen, 2005: 94). Yani bu maddeleri tercih edilir kılan ender bulunur olmalarıdır. Ender bulunur olmaları da onların pahaca ağır olmalarının sebebidir. Bu sebeple enderliği ve güzelliği bir yana bu tür metallerin tercih edilmesi tüm bu özelliklerinin ona biçtiği paha kadardır.

Postmodern zamanlara geldiğimizde ise ender bulunan maddelerin yanını markaların aldığı görülür. Belli seçilmiş markaların yanı sıra markaların enderlik özellikleri de aylak niteliği taşıyan tüketici tarafından tercih edilmektedir (Engizek ve Şekerkaya, 2015: 305). Buna örnek vermemiz gerekirse, futbolcu David Beckham için özel olarak üretilmiş, Apple ürünü olan bir Ipod Touch, ünlü futbolcuya milli takımdaki yüzüncü maçı sonrasında takım arkadaşları tarafından hediye edilmiştir²². Apple belli segmentlerde lüks bir marka olmasının yanı sıra ürettiği kişiye özel Ipod Touch, Apple olmasının ötesinde altın olma özelliğiyle ünlü bir futbolcu tarafından kullanılmaya muktedir olmuştur.

Enderliğe duyulan hayranlık o kadar büyüktür ki biraz daha geçmişe gittiğimizde altın, akik, opal, firuze, lapis gibi taşların ender bulunuyor olmakla birlikte mistik güçleri olduğuna inanılırdı (Childe, 2006: 73). Yani enderlik her bakıma etkileyiciydi. Bu denli mistik özellikler taşıyan metallerde haliyle ucuz olamazdı. Bu sebeple bu metallerde sahip olanlar her daim hayranlık uyandırmışlardır. Aylak da bu tür metallerin sahiplik değerinden yana şansını değerlendirmiştir.

²² <https://gizmodo.com/375227/david-beckham-gets-a-gold-ipod-touch>

Aylak sadece gösteriş amaçlı sahip olmaya değil bir de herkesçe sahip olunamayana sahip olmaya çalışan bireydir. Bu onun gerek maddi gerekse – ilkel dönemlerde rahiplik yaptığı da göz önünde bulundurulursa - mistik gücünü anlatan bir durumdur. Ender maddelere sahip olmak aylak için her bakıma avantajlıdır. Çünkü o malın diğer, ona erişebilen, kullanıcılarından da farkını ortaya koymaktadır. Bu sebeple aylak her zaman ender olanın arayışında olmuştur.

Tüm bunlarla birlikte aylağı tamamlayabilmek için bir özelliğine daha değinmemiz gerekmektedir. O da onurla ilişkilendirilmiş emek. Aylak tabii ki tamamen tembel yaşayan bir varlık değildi. O da emek safında yer almış ancak onun sergilediği emeğe faydasız emek diyeceğiz. Bu konuyu bir sonraki başlıkta ele alacağız.

1.7.3. Onurla İlişkilendirilmiş Emek

Onurun statü ölçütündeki yerinden daha önce bahsetmiştik. Fakat onurlu bir yaşam seçimi aylak bireye bazı kısıtlamalar ve bununla birlikte onurla ilişkilendirilmiş bir takım edimleri gerçekleştirmesini zorunlu kılmıştır. Daha önce de dediğimiz gibi aylak birey her ne kadar “aylak” olarak adlandırılrsa da belli eylemleri gerçekleştirmekle mükellef olan kişidir. Ve aylağa adını veren de tüm bu eylemlerin fayda getirmeyen şeyler olmasıdır. Bu konu üzerinde ayrıntıyla durulacaktır. Fakat öncelikle işin “onur” tarafına bakılmasında fayda var. Onur, aylağın yaşam pratiklerini ne şekilde etkilemektedir ve aylak birey onur için neler yapabilir?

Akdeniz mitolojisine göre Babil yakınlarında Derketo adında, yarı insan yarı balık ama güzel ve asil bir tanrıça yaşarmış. Afrodit onun bu güzelliği ve zerafetini o kadar kıskanmış ki, onu “onursuz bir yaşamla” cezalandırmak için Eros aracılığıyla bir çobana aşık etmiş. Tanrıça aşkına karşı koyamamış ve çobanla yaşamaya başlamışlar, hatta bir kızları bile olmuş. Fakat gel zaman, diğer tanrıların küçümsemelerine ve onurunun, bir çobanla yaşamaktan ötürü, zedelenmesine dayanamayan tanrıça kızını ve sevgilisini terk ederek onurlu yaşamayı tercih etmiştir (Atan. 2011: 128).

Efsaneden anlaşılan odur ki yaratılmış olanı, onur, ailesinden dahi vazgeçirebilecek kadar güçlü bir güdüdür. Keza hikayede de Derketo ne deli gibi aşık olduğu çobanı ne de kızını görmüş, onurlu bir yaşam için onları terketmiştir. Buradaki en büyük etken ise diğer tanrıların alayları olmuştur. Yani toplumun bizden beklediği davranışları gerçekleştirme güdüsü. Toplum onurun kıstaslarını belirler bizlerse ona uymaya çalışırız. Rousseau'nun dediği gibi “törelere yargılayan onuru yargılar, onuru yargılayan da kamuoyunu yargılar” (Rousseau, 1987: 145).

Soruyu şimdi cevaplamamız gerekirse, onur insanların uğruna her şeyi yapabileceği yegane şeydir ve insanlar, savaş meydanlarında onuru için ölmek dahil onur için gözünü kırpmadan kendini feda edebilmektedir. Ayrıca onur kavramı aylak-emekçi farketmeksizin herkesin “kendinden beklenen ölçüde” sahip olduğu değerlerdir. Örneğin; Marx Kapital’de, belli bir miktar yiyecek kimin daha çok çalışabileceğini tartışan işçilerden bahseder. İşçiler için işe daha dayanıklı olmak bir onur meselesiydi (Marx, 2003: 575). Çünkü bu da işçilerden beklenen onur ölçütlerinin karşılığıydı. İşçinin onuru işiyle ölçülür ve işçi verimliliği kadar onurlandırılma şerefine erişebilir.

Onurla ilgili verilebilecek örnekler çoğaltılabilir ancak konumuzdan sapmamak adına burada biraz duraksamalıyız. Çünkü bizim ele alacağımız “onur” kavramı aylak bireyin edimleri etrafında şekillenen ve yine de garip bir şekilde toplumca beklenen davranışlar bütününe meydana getirmektedir. Çünkü yukarıdaki örnekte bahsedilen işçinin onuruyla, aylağın onur dediği şey tamamen farklıdır. Emek sınıfı işe yaradığı ölçüde onurlandırılır, fakat aylaksa onurunu doğuştan getirmektedir.

Zizek’in “Düelloocular” filminden verdiği örnek buna çok güzel bir göstergedir. Bu filmde iki yüksek rütbeli subay bir çekişme içindedir. Biri orta sınıfa mensup olan ve gözü de yukarıda olan subay yükselmek isterken yaptığı gülünç ve beceriksiz hareketle “sınıfının adamı olmadığı” izlenimini ortaya koyar. Fakat karşısındaki üst tabakadan gelen subay her zaman vakur ve soylu davranışlarıyla üst sınıfa ait olduğu her halinden bellidir (Zizek, 2011: 158). Soylu konumunu yadırgamaz zaten komutanlık onun yazgısında olan bir şeydir. Fakat orta sınıftan subay geldiği konuma yabancılaşarak hissederek, geçmişten getirdiği görmemişlikle açgözlü ve onursuz davranır.

Bu bir halk sözünü hatırlatmaktadır; fakir, zengin olsa da kırk gün fakirlik kokarmış. Barthes'ın dediği gibi, "Para bir araçtan başka bir şey değildir, bir onurdur" (Barthes, 1990: 154). Yani hiç bir mesleğin kazandırdığı onur, aynı konumda dahi olsalar, aylağın doğuştan getirdiği onurla bir olmamaktadır.

Öyleyse aylakların emek safhına nasıl ve ne derece katıldığına bakmamız gerekmektedir. Veblen (2005: 153) modern zamanlarda ekonomik kurumları, maddi ve endüstriyel olmak üzere ikiye ayırır. Bu durum meslekler için de geçerlidir. Maddi kurumlar mülkiyet ve kazançla ilişkililikten, ikinci kategori üretim ve ustalıkla ilintilidir. Aylak sınıf burada her iki gruba da sahip olmakla beraber, maddi kurumlarda çalışır. Yani, kapital sahipliği, yöneticilik, ticaret gibi ki biz buna burjuvazi diyoruz.

Burjuvazi her daim , onurlu görülmüş ve çekingenlikle bakılmış bir sınıf olmuştur (Berman, 2013: 150). Burjuvazinin onurlu görülmesindeki en büyük etmen, aile ilişkileri dahil her şeyi para üzerinde çeviriyor olmasıdır. Para nasıl ki onur getiren bir araçsa, burjuvazi bu onura haiz bir sınıftır. Burjuva, kapitali elinde bulundurmasının yanı sıra, üretimde ve ticaretle söz sahibi olması ve doğrudan emek safhına katılmamasıyla aylak sınıfa ait olarak değerlendirilebilmektedir. Burada aylağın sergilediği emek, herhangi bir amaca hizmet etmemektedir, ortaya bir masa koymamaktadır mesela, ama işlerin ve çalışanların idaresinde söz sahibi olmasıyla onurlu bir nitelik taşımaktadır. İşçiler gibi çalışmaz ancak işçilere nasıl çalışması gerektiğini söyler, işçiler kadar becerikli değildir ama üretilen metanın niteliğinden en iyi o anlar (!). Sahip olduğu para da onurlu pozisyonunu perçinler niteliktedir. Aslında parası olduğu için burjuva, burjuva olduğu için de parası vardır. Yani ikisi birbirini getiren şeylerdir. Bu döngüye dışarıdan dahil olmak ise emek sınıfı için gerek geçmişten getirdiği deneyimleri, gerekse kazanç yollarının tıkanmış olması sebebiyle çok zordur.

Biraz daha geçmişe gidecek olursak, onuru burjuvalardan önce taşıyan ve faydasız emek safhında olan başka bir sınıfla karşılaşıyoruz, şövalyeler. Burjuvanın onuru tam olarak şövalyelerin sahip olduğu onurun yerini almıştır (Lefebvre, 1972: 22). Peki bu onur tam olarak nereden gelmekte? Veblen (2005: 154) aylak sınıfın maddi mesleklerinden bahsederken, politika, din ve ordudan bahseder. Yani ordu içindeki

komuta kademesinde yer almak (Zizek'ten verdiğimiz örnekten de hatırlanacağı gibi) aylak için yine emek saflından uzak ancak onur getiren işlerden biridir.

Özellikle ataerkilliğin tam anlamıyla yaşandığı yarı barbar savaşçı dönemde, en güçlü erkekler aylak sınıfı meydana getirirken aynı zamanda güçlerini savaş alanında da sergilemeye meraklıydılar. Bu sebeple o zamanlardan beri komutanlık aylak sınıfa ait önemli bir meslek olmuştur. Yine yukarıda ve daha önceki konularda bahsettiğimiz gibi, öldürmek ve bir şey uğruna ölme onurunu en tepede yaşama hazzı aylak sınıfa ait olmuştur.

Veblen'in sıraladığı mesleklerden bir diğer önemlisi ise dinle ilişkili olan uğraşlardır. Rahiplik, aylağın ilkel dönemlerden beri icra ettiği en önemli mesleklerden biridir (Veblen, 2005: 78). Rahiplik de amaçlı emek üretmenin onurundan uzak ancak topluma dini rehberlikte bulunarak onları öte dünyaya taşıyan yüce insan olarak onurların en yücesine sahiptir.

Aylak tüm örneklerde görüldüğü üzere onuru doğumuyla getirmesinin yanı sıra amaçsız emek saflarında yer alarak yaşamını sürdürmektedir. Tüm bu amaçsız emek türlerinin bütünüyle aylağa onur getirecek faaliyetlerdir. Bu sebeple aylak, toplum nezdinde “onurlu” olan, olması gereken, sınıfa ait olan insandır. Peki aylağın iş dışı yaşamı nasıldır? Bizler de bu sebeple bundan sonraki başlıkta aylağın gündelik yaşam pratikleri ve aylağın gündeliğini inceleyeceğiz.

1.8. AYLAKLIĞIN STATÜSÜNÜN BELİRLENMESİNDE GÜNDELİK YAŞAM PRATİKLERİ VE AYLAĞIN GÜNDELİĞİ

Aylaklığın komple bir yaşam tarzı olduğundan daha önce bahsetmiştik. Aylak birey, aylak olmaktan çok, aylak yaşayandır. Aylak yaşantı ise bol bol statü, tembellik, gösteriş ve haz için yaşamayı gerektirir. Tüm bunlar çalışmamızın tamamında ele aldığımız konulardır. Fakat burada değinmeye çalışacağımız konu aylağın gündelik hayatını nasıl geçirdiğidir. Elbette gösteriş ve statü için içine girince aylağın gündelik hayatının bir tahakküm bütünü olması kaçınılmaz oluyor. Hatta Moore'un (Moore Jr, 1989: 295) deyişiyle “bir insana gündelik yaşamın binlerce küçük olayıyla haddini

bildirirseniz, sonunda haddini bilen biri olur çıkar”. Aylağın da belli göstergelerle yapmak istediği tam olarak budur. Statüsünü belli göstergelerle öyle bir sergilemek ki, kendi aylaklığından çok, dize gelmiş bir toplum yaratarak tembel yaşantısını meşrulaştırmak. İşte bizler de bu tembel yaşantıyı, bu hegemonya ortamı çerçevesinde incelemeye çalışacağız.

Aylaklar toplumun küçük bir kısmını oluşturur. Toplumun geneli ev dışı yaşamda emek vererek çalışan kesimden meydana gelmektedir. Fakat Aylaklık, çalışma ülkesini ele geçirerek kendi kurallarını kabul ettiren olarak dikkat çeker (Dorfman ve Mattelart, 1977: 114). Tüm emekçi kesimin karşısında aylak bütün bir yaşam tarzıyla anıt gibi durmaktadır. “Saldırganca ve gösterişli” bir şekilde ellerinde şampanya bardakları ve silindir şapkalarıyla bu aylak takımı, emek sınıfının gözleri önünde hiç suçluluk duygusu duymadan ayrıcalıklarını sergilerler (Zizek, 2011: 317). Aylak yaşantı tam olarak böyle başlar ve genişleyerek kendine yer eder.

Aylak sınıf emekçi sınıfın karşısındaymiş gibi durmaktadır. Fakat aylağın da gündeliği endüstriyel süreçle az ya da çok sık temasla geçer (Veblen, 2005: 209). Aylak tabii ki burada, adından da anlaşılacağı gibi, üreten değil, üretim sürecini kontrol eden kimse olarak dikkat çeker. Tüm üretim araçları aylağın elindedir. Dolayısıyla üretimin nasıl devam edeceğinin kontrolü de aylağın elindedir. Fakat aylak üretime dahil olduğu bu süreçte elbet emek safhından ayrı kendini konumlandırır. Günün sonunda bir kaç dolarla eve giden işçiden farklı planları vardır. Onun planı, emeğin sırtından kar sağlayarak, servet elde edip zenginleşmek, hiç bir çabayı, tehlikeyi veya kaybı göze almadan başkalarının üretimiyle tembel ve lüks bir yaşantı sürmektir (Marx, 2004: 346). Bu durum aslında aylağın gündeliğinin özetidir, geri kalan her şey aylak yaşantının ayrıntıları arasında yer almaktadır. Aylak gününü para kayneğinin idaresi ve işçilerinin emeğinin denetimiyle üretmeden, geri kalan boş zamanını ise türlü hazlarla ve gösterişle geçirmektedir. Normalde işin yeniden üretilmesi için gerekli görülen boş zaman, aylak söz konusu olduğunda hep daha fazlasını istemek anlamına gelmektedir. Bu sebeple yazınımızın devamında aylağın gündeliğinin ayrıntılarına ineceğiz. Fakat buna inmeden önce aylağın ikinci gelir kaynağından da bahsetmemiz gerekmektedir.

Yaşamlarını devam ettirebilmek adına çalışmak zorunda olanların aksine kendini aylaklığa adayan sınıfın bir diğer geçim kaynağı mülkiyetleridir. Kira ve benzeri ayrıcalıklarla geçinen bu sınıf elde ettikleri parayı kendilerini, masalarını ya da mülklerini güzelleştirmek için harcarlardı (Appleby, 2012: 30). Antik Yunan ile ilgili başlıkta bahsettiğimiz aylaklığı koşulları arasındaki mülkiyet sahipliği günümüzde de devam etmektedir. Miras veya – Veblen’in deyişiyle – talan ve yağma yoluyla elde edilmiş mülkiyetten sağlanan gelir aylağın başlıca geçim kaynaklarından. Aylak çalışmadan aldığı kira gelirleriyle daha çok boş zaman elde etmektedir. Peki aylak bütün bu boş zamanlarında ne yapar?

Kişisel hizmetler, spor ve eğlence aylağın boş zamanının başlıca alışkanlıklarını oluşturmaktadır (Hobsbawm, 2003: 177). Daha önceki başlıklarda da incelediğimiz üzere özellikle Ortaçağ’da popüler olan turnuvalarda aylağın kendini gösterme çabası günümüzde de spor salonlarında, lüks spor ekipmanları ve kusursuz bir vücutla bakımlı görüntüsü refah hayatının göstergesidir. Geçmişte turnuvalar, bugün golf ve tenis gibi üst zümrelere ait olduğu görülen spor dallarıyla ilgilenmek olsun aylak sınıfın boş zamanlarını değerlendirmek için tercih ettiği etkinlikler olarak dikkat çeker.

Yukarıda bahsettiğimiz kusursuz vücut burada önemlidir. Çünkü aylak gerek, kendine bakmanın boş zaman gerektirmesi, gerekse de ağır iş yapmamanın göstergesi olarak vücut güzelliğine özen gösterir. Ayrıca vücut güzelliğinin bir takım kişisel hizmetler satın almayı gerektirmesi de yine aylağın refahının göstergelerindedir. Bunun dışında pahalı AVMLer ve lüks mekanlarda seçkin bir eğlence anlayışı da aylağın boş zaman etkinliklerindedir. Daha önce de bahsettiğimiz gibi, aylak statü kazanmak için yüksek statüdeki kendi gibi insanlarla bir arada olmak ister. Bu insanlarla da ancak seçkin mekanlarda bir araya gelebilir.

Nezaket de aylağın gündelik hayatının ayrılmaz bir parçasıdır. Nezaket kuralları öncelikle iyi yetiştirme ve iyi bir aileden gelmiş olmanın göstergesidir (Veblen, 2005: 46). Nezaket, bol bol tatbik ve boş zaman gerektirir. Nezaket kuralları bu sebeple aylak bir yaşantının göstergesidir. Ayrıca, emek safhındaki – iş’in bireyi çevreleyip onu değiştirdiği düşünülürse – işçinin karşısında onu ince, naif bir efendi olarak konumlandırmaktadır.

Maddi itibar gerekliliği de ayrı bir husustur. Servet sahibi olmak yetmez, onu göstermek de gerekmektedir. Kullanılan pahalı eşyalar itibar göstergesidir (Veblen, 2005: 96). Bu sebeple tercih edilen pahalı eşyalar, giysiler, aksesuarlar vs. hep gösteriş aracı olarak kullanılmakta ve aylağın gündelik hayatında önemli bir yer kaplamaktadır. Aylak gündelik hayatında gösterişli görünebilmek için pahalı ve lüks eşyaları tercih eder. Ayrıca sahip olduğu kadar israf ettiği de önemlidir (Veblen, 2005: 74). Aylak ne kadar israf ederse o kadar mal varlığına sahip olduğu izlenimi verir. Bu yüzden israf etmek rahat yaşamanın önemli bir göstergesidir.

Son olarak aylağın özel hayatının değişmez bir parçasından bahsetmemiz gerekmektedir, hizmetçilerinden. Aylak, boşuna aylak değildir. Kendi işlerini dahi görme konusunda, varyetlerinin bir göstergesi ve amaçlı emekten muaf kalmak için yardımcılarına ihtiyaç duyarlar. Bu yardımcılar aylağın tüm özel hayatına tanık olan, onlarla yaşayan ve onların hizmetinde olan kimselerdir (Aries ve Duby, 2006 (d): 44). Hizmetçilere sahip olmak iki bakımdan önemlidir bu sebeple. Birincisi, iş görmemek, aylaklığı özel yaşantıda da devam ettirmek; ikincisi, tam zamanlı çalışanların giderlerini karşılayacak kadar varlıklı olmak. Hizmetçiler bu bakımdan önemlidir, hatta bu hizmetçiler ki, aylağın gündelik yaşantısını düzenleyen ne yediğine ne giydiğine bile karar veren eğitilmiş kimselerdir çoğu zaman. Bu sebeple aylak, hizmet görenleri olmadan düşünülemez.

Aylağın gündeliği bu kıstaslar arasında geçmektedir. Aylak yaşantı sadece bir başı boşluk değil, işin aslı önemli kurallar bütünüdür. Aylak olmak da haz dolu bir yaşantı sürmek anlamına gelse de gerek endüstriyel riskler gerekse sosyal beklentileri karşılama bakımından oldukça güç bir yaşantıdır. Aylağın çerçevesini çizmeye çalıştığımız çalışmamızda son olarak aylak sınıfı kavramsal çerçevede bir bağdaştırmaya giderek açıklamaya çalışacağız. Aylaklığı sosyal bilimlerin pek çok farklı alanından göstergelerle desteklemeye çalıştığımız yazınımızda aylaklığın sosyolojik bağlamda ne ifade ettiğini açıklayarak birinci bölümü tamamlamayacağız.

1.9. AYLAKLIĞA YÖNELİK KURAMSAL KAVRAMSAL ÇERÇEVEYİ BAĞDAŞTIRICI BİR PERSPEKTİF

Aylaklığı farklı bağlamlarda ele aldığımız çalışmamızın bu kısmında aylaklık kavramına dair sosyolojik bir bağdaştırma yapmaya çalışacağız. Aylaklığı tüm yönleriyle açıklamaya çalışsak da halen, okuyucular için, şöyle bir soru işareti kalmış olabilir; aylaklık sosyal bir statü müdür, yoksa ekonomi bağlamı bir sınıf mıdır? Aslında aylaklık kadar aylaklığın sosyal tabakalaşmadaki yeri de çok bağlamlıdır. Bu durum farklı paradigmlar üzerinden aylaklık kavramının ele alınabilmesine neden olmaktadır. Bizim de yapmaya çalışacağımız bağdaştırıcı bir paradigma üzerine aylaklığı konumlandırmaya çalışmak olacaktır.

Öncelikle aylaklığı Marksist Paradigma'yla açıklamak gerekmektedir. Marksist paradigma ekonomi belirlenimci yaklaşımıyla, olguları ekonomik ölçütler bağlamında ele alır. Aylak bireyin özelliklerini tekrar gözden geçirirsek, aylığın en önemli göstergelerinden birinin üretim araçlarına sahip olması, olduğu hatırlanacaktır. Üretim araçlarına sahip olan aylak, emek üzerinde hegemonya kuran ve kapitali elinde bulunduran sınıf olarak dikkat çeker. Bu tip bir üretim ilişkisi içinde bulunan aylak, Morgan'ın çatışmacı tarih tezi de - yukarıda işlemiştik - göz önünde bulundurulduğunda ekonomik bağlamlılığıyla sınıf olarak nitelendirilebilir.

Aylak parasıyla aylaklık eder, mülkiyetiyle hükmeder. Bunların hepsi de ekonomik güç gerektiren şeylerdir. Nasıl ki üretim ilişkilerinde, iş gören emek, sabit ücretli belli saat ve şartlarda çalışan başlı başına bir sınıfı meydana getiriyorsa, iş veren sınıf da bu ücreti ödeyen, mülkiyetle baskı kuran ve parasıyla refah bir hayat süren sınıftır. Her sınıf kendi ekonomik bağlamı içinde değerlendirildiğinde aralarında ciddi uçurum, kendi içlerindeyse benzerlikler olduğu görülmektedir. Öyleyse birbirine benzeşen emek, bir sınıfı meydana getirirken, emir sınıfı da sahip olduklarıyla ayrı bir sınıfı oluşturmaktadır. Aylaklık bu sebeple bir sınıf olarak kabul edilebilmektedir.

Sınıf toplumsal tabakalaşmanın bir boyutudur ve - yukarıda da belirttiğimiz gibi - Marx tarafından ele alındığında, ekonomi belirlenimci olması kaçınılmaz oluyor. Marx, Kapital adlı eserinde çok yerde tabakalaşmayı, ekonomik sınıflar olarak

nitelemiştir. Aylaklığa yönelik düşünürsek eğer bu çok mantıklı bir yaklaşımdır. Evet, aylak kapitale sahiptir, üretim araçlarına sahiptir bu yolla aylaklık eder. Fakat aylaklığın diğer göstergelerini neyle açıklayabiliriz? Mesela gösterişçi tüketimi. Marx'ın tezine göre lüks metalara sadece emir sınıfı sahip olabilmelidir. Fakat postmodern çağda yaşadığımız bugün tüketimin demokratikleşmesiyle bu durum da şeffaflaşıyor. Örneğin; 2018 itibariyle piyasada alınabilecek en pahalı telefon modeli Iphone X olarak görülmektedir. Tüketici bu metayı peşin fiyatına da alabilir, 48 ay senetli taksitle de. Böyle bir durumda gösterişçi tüketim ilkesi – veya ana akım paradigmaya göre lüks tüketim – neye göre izlenebilir. Aylak sınıf aynı telefonu peşin fiyatına alırken, emek sınıfı aynı telefonu 48 ay taksitle alabilmektedir. O zaman belli ölçütlere göre, belli kazanımlar sağlayan statü grupları devreye girmektedir.

Daha önce Weberyen yaklaşıma göre statü gruplarını ele almıştık. Statü grupları Weber'in toplumsal tabakalaşmada ekonominin yetersiz kaldığı yerde tamamlayıcı olarak, toplumca kabul edilmiş unsurlardır. Sıkça görülen bir yanlış anlayışla, Weber ekonominin toplumu kurmasına dair negatif bir şey söylemez. Tam aksine ekonominin toplumu var eden unsur olduğu, bununla beraber farklı bağlamlarla desteklendiğini, bunun da statü grupları olduğunu ve bu gibi faktörlerin toplumsal tabakalaşmayı meydana getirdiğinden bahseder.

Aylağı bu çerçevede tekrar ele alacak olursak, aylak oturduğu sokakla, taşıdığı çantayla, katıldığı kulüple toplumun geri kalanından ayrılır. Bunlar bir yere kadar ekonomik güçle elde edilmesine rağmen, saygınlık uyandırması ve toplumca karşılık bulması statüyle ilintilidir. Para, aylağı zengin eder, aylaklık yapmasını sağlar, ancak çalışmamızda da bahsettiğimiz üzere aylağın sosyal ihtiyaçları da vardır, takdir edilmek, öykünülen karakter olmak, aylaklığını sergileyebilmek. Hatta ve hatta, parayla hiç bir alakası bile olmayan sofrada, bol bol boş zaman ve tatbik gerektirdiğinden aylaklığın göstergelerindedir ve bu toplumca kabul görmüş bir statüdür. Başka bir örnekle, para aylağı bir ev satın alabilir, bu ekonomik bir ölçüttür. Fakat aylağın satın aldığı ev nezih bir muhitte, nazik insanların yaşadığı seçkin bir yerde olsun. Paradan bağımsız bu diğer göstergeler ona yine statü kazandırır.

Öyleyse aylağa sınıf mı dememiz gerekir statü mü? Her ikisi de bakıldığında doğru gözüküyor. Yine son örnekten gidecek olursak, aylak parası olmazsa nezih semtte ev alamaz. Dolayısıyla aylak gösterişte bulunamaz ve aylaklığı görünmez. Bununla beraber beyaz yaka çalışan, 10 yıl taksitle nezih semtte ev alabilir, ama o da aylak bir yaşantı sürdüremez. O zaman ekonomik ve toplumsal bağlamlar birbirinden ayrı düşünülemez. Aylaklık için para ve statü eş olarak gerekmektedir. Fakat aylağa başlı başına bir sınıf dersek tüm toplumsal bileşenleri reddetmiş oluruz. Fakat aylaklığa bir statüdür dersek, Weberyen bakışa göre onu ekonomik bağlamlarla kazanılmış sosyal kabullerle güçlendirilmiş bir tabaka olarak görebiliriz. Bu sebeple – tekrar olacak fakat – tüketimin demokratikleştiği, herkesin yarı aylak yaşayabildiği günümüzde, gerçek aylağı bir statü grubu olarak tanımlamamız daha doğru olacaktır.

Çalışmamızın tamamına yakınında neden aylağı “sınıf” olarak nitelediğimize gelecek olursak ise, tarihsel materyalist perspektifte aylaklığı ele aldığımız çalışmamızda, diyalektik bağlamda günümüze kadar sınıf çatışmalarıyla açıklamaya çalıştık, yöntem gereği ve tarihsel göstergeler çerçevesinde aylağa sınıf dememiz en doğru tabirdir. Zira, Kojeve’nin de dediği gibi, aylak efendiliğin bir çıkmaz olmasına karşılık, çalışan emekçi kölelik, her insansal, toplumsal, tarihsel ilerlemenin kaynağıdır (Kojeve, 2001: 98). Aylaklık muhafazakar bir sınıftır ve aylakla çatışmaya giren emek, çağlar boyunca feodaliteyi yıktı, merkezi krallıkları yıktı, burjuvazi oldu ve günümüze geldi. Günümüze kadarki toplumun sınıf olarak ele alınması bu çatışmacı toplumda doğrudur. Fakat Marksizmin ön gördüğü şekilde işçi devriminin gerçekleşmediği, krize giren fordist ekonominin, kapitalizmle uyumlaşarak refah ekonomisine geçmesi bu çizgide bir kırılmaya neden olmuştur. Bizler de bu sebeple günümüz toplumlarını artık sınıflar üzerinden değil tabakalar üzerinden ele alarak incelememiz doğru bir yaklaşım olacaktır. Aylaklık, artık günümüze geldiğinde bir statü grubu olarak dikkat çekmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. KÜLTÜREL BAĞLAMDA AYLAKLIK VE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARIYLA OLAN İLİŞKİSİ

Bu bölümde aylaklık kavramının kültür ile olan ilintisini irdelenecek ve kitle iletişim araçlarıyla olan ilişkisini ortaya koymaya çalışacağız. Aylaklığın ekonomik belirteçlerle mümkün olduğu kadar kültürle de alakalı olan bir statü grubu olduğundan bir önceki bölümde bahsetmiştik. Bu bölümde diğer kültürel göstergelerle aylaklığın nasıl kutsandığını, aylaklığın bir statü olarak ekonomik bağlamdan farklılaştığı noktaları belirteceğiz. Ardından aylaklığın kültürel üretimlerdeki yerine değinerek, televizyonda simgeleştirilen aylaklığı irdelemeye çalışacağız.

2.1. AYLAKLIĞIN STATÜSÜNÜN BELİRLENMESİNDE KÜLTÜREL GÖSTERGELER

Aylaklık – doğrudan aylak olarak adlandırılmasa da – düşünürler tarafından çoğunlukla ekonomik bağlamla incelenir. Örneğin, Veblen aylaklığın ortaya çıkışını, mülkiyetin ortaya çıkışıyla bağdaştırır (Veblen, 2005: 31). Mülkiyetin ortaya çıkmasıyla maddi bir rekabetin oluştuğu ve bu rekabette hiyerarşinin üstünde kalan tabakanın aylak bir yaşantı sürdürdüğünü söyler. Halbuki mülkiyetin ortaya çıkışı bir takım ekonomik varlığı etkilediği kadar kültürel varlığı da doğrudan etkilemiştir. Örneğin, daha önce Protestan Ahlakı'nı ele aldığımız kısımda bahsettiğimiz gibi, dini inanç yani kültür, mal birikimine, dolayısıyla mülkiyetin oluşmasına neden oluyordu. Bu örnekte gördüğümüz üzere kültür ekonomik üretimi belirleyebilmektedir. Fakat bununla beraber üretim de başlı başına bir kültürdür. Kültürel üretimde her türlü emek işçisi, kültürel üretimle ilgilenme gereği duymayan maliğin idaresinde müstahdemi olarak çalışmaktadır (Williams, 1993: 115). Bu tür bir üretim rejiminde, işçi – daha önce de bahsettiğimiz üzere – ürettiği metayla dönüşerek kendi kültürünü meydana getirmektedir. Yine Protestan Ahlakı'ndan gidecek olursak, kültür, ekonomik

faaliyetleri etkiler, ancak ekonomik faaliyetler de kültürü destekleyerek, yeni yatırımlar, yeni iş sahalarıyla beraber yeni birikim alanları açarak, yeni bir üretim kültürünün doğmasına sebep olur. Dolayısıyla ekonomi ve kültür birbirini karşılıklı etkiler bir niteliktedir.

Peki öyleyse çalışan ve aylak bu sürecin neresinde yer alır? Öncelikle bu kültürel üretim ortamı için söylemek gerekir ki, sermaye ortadan kalkınca emek de ortadan kalkar (Alatlı, 2010: 1432). İkisi de kendi içinde birbirini destekleyen ve kültürel üretimin devamlılığını sağlayan yapılardır. Her ne kadar aylak, işçi sayesinde aylaklık yaparak burjuvazi kültürünü meydana getiriyorsa, işçi de burjuvazinin sağadığı imkanlarla üretip işçi kültürünü oluşturmaktadır. Bu yüzden, işçi kültürünün oluşmasında dahi burjuvazinin katkısı yadsınamaz. Bu sebeple tüm bu ilişkilerin bütünü kültürün meydana gelişi için elzemdir. Bu tabii ki emek veren tabakanın olası zor çalışma şartlarını olumladığımız anlamına gelmemektedir. Fakat kültürün bu tür karşılıklı ilişkiler neticesinde ortaya çıktığını ifade etmeye çalışmaktayız.

Tekrar mülkiyet bahsine dönecek olursak, tarih içerisinde, ortak çalışmanın son bulunduğu yerde köleleştirmenin başladığından bahsetmiştik. Üretimle alakadar olmayan ve üretimi arttırmak isteyen efendi elindeki köle sayısını arttırarak onu mülk haline getirmektedir. Köle sahibi ilk belli başlı mülk sahibi efendidir (Politzer, 2010: 351). Pekala bu üretim tarzının kültüre ne gibi bir etkisi olmuştur? En başta, işten muaf olan efendi aristokratik kültürü meydana getirmiştir. Daha önce bahsettiğimiz gibi, boş zamanını müzik, resim gibi sanatlarla doldurmuştur. Peki köle kültürü? O da, Amerika'daki Afrikalı kölelerden örnek verecek olursak, kendi kültürünü üretmenin yolunu bulmuştur ve daha sonraları popüler olan jazz, blues gibi müzik türlerine temel hazırlamıştır. Dolayısıyla her özne kendi üretim şartları içinde, kendi kültürünü üretmenin bir yolunu bulmaktadır. Özne ürettikçe dönüşmekte, dönüştükçe üretime etki etmektedir. Bu sebeple kültürel üretim dendiğinde birbirinden bağımsız tabakalar ve salt kültürel gelişimden bahsedemeyiz. Kültüre etki eden ve kültürün etkilediği şartlar göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Bu durum sadece mülkiyetin ilk ortaya çıktığı dönem değil, modern çağ için de farklı yollarla geçerlidir. Benjamin; Baudelaire'in, kalabalık içinde yaşadığı deneyimlerin işçinin makine başında yaşadığı deneyimlere tekabül ettiğini söyler (Benjamin; 2012:137). Makinenin işçide harekete geçirdiği refleks mekanizmasının, aynadaki yansıma gibi O'nda yansıdığını söylerken, işçinin üretimde olduğu süreç içerisindeki zihinsel dönüşümüne işaret eder. Belki de, ancak Baudelaire gibi bir flaneur için, kayda değer olan işçinin üretim süreci içinde yaşadığı değişim, onu, ikinci tip aylak olan yazarı da tıpkı bir işçi gibi toplumdaki göstergelerle dönüştürmektedir. Bu paragrafta önemli olan birinci husus, evet işçi makine başında dönüşüm yaşamaktadır, ancak Baudelaire de aynı dönüşümü toplumla yaşamaktadır. "İnsanın insanla terbiye edildiği" bu dönüşüm ve paralelinde gelen üretim süreci yine bizim kültürün farklı yönleriyle görece bağımsız olduğu fikrini vermektedir.

Tabii bu mevcut durum altında üretilen kültür her düşünür için çok da kabul edilebilir cinsten değildir. Alman İdeolojisi'nde Marx ve Engels'e göre en değerli mülkiyet olan insan benliği, makine başında çalışmayla körelmektedir (Marx ve Engels, 2013: 401). Marx işçinin kültürel üretimini ancak aylağın sahip olduğu boş zaman hakkına sahip olduğunda sağlayabileceğini söyler. İşçinin üretim esnasında yabancılaşması onu kültürel sanatsal ürünler ortaya koymaktan alıkoyan faktörlerdendir. Görece haklıdır da fakat Afrika'lı kölelerle ilgili verdiğimiz örnekte de bahsettiğimiz üzere, kültür her şartta kendi yolunu bulur. Bizler de bu sebeple çalışmamızın bundan sonraki kısmında farklı kültür türlerinde çalışma ve aylaklık kavramlarını incelemeye çalışacağız.

2.1.1. Toplumsal Farklılaşmalar ve Uygarlık Bağlamında Aylaklık

Toplumsal farklılaşmalar, belli kırılma anlarında gerçekleşen sosyolojik olgulardır. Bu tip olgular, toplumsal rol belirlenimlerinin eş değeri, belli bir toplumsal konuma bağlı, değerlendirme ve kıyas taşımayan hak ve sorumluluklar, toplumsal tipe verilmiş sıfat ve niteliklerdir (Turner, 1997:31). Örneğin; kadın-erkek gibi veya babalık gibi nitelikler bireyi toplum içinde belli bağlamlarda farklılaştıran sıfatlardır.

Aynı zamanda belli toplumsal kırılmalar da, toplumsal farklılaşmaları meydana getirmektedir. Sınıf veya tabaka farklılaşmaları, bir sınıfın diğerine göre konumu vs. toplumsal farklılaşmalara örnek olabilecek olgulardır. Toplumsal farklılaşma, pek çok düşünürün göre üretime geçişle beraber görev dağılımının ortaya çıkmasıyla başlayan bir durumdur. Daha önceleri toplum, avcılık ve toplayıcılıkla geçinirken tarım ve beraberinde üretimin kurumsallaşmasıyla beraber meslekler, toplumsal roller ve kadın-erkek eşitsizliği daha gözle görünür bir hal almıştır. Bunun sonucunda toplumsal farklılaşmayla beraber düşünsel bir takım dönüşümler de başlamıştır (Şenel;1982 :121). Düşünsel dönüşümler kültürü meydana getirmiştir ve toplumu değiştiren motivasyonlardan biri olmuştur.

Durkheim toplumsal farklılaşmanın, başka şeylerle beraber, bireysel kişiliğin kolektif bilinçten özgürleşmesiyle ortaya çıktığını söyleyer. Bunu da mekanik dayanışma içinde daha çok iş bölümüyle çözülebilecek bir şey olarak görür (Callinicos; 2013: 208). Farklılaşan birey belli iş kollarında üretimini devam ettirirken, o kadar da farklı kültürün ortaya çıkmasına vesile olur. Geleneksel toplumdan çağdaş topluma geçişi bu bağlamda evrimci bir bakış açısıyla ele alırsak, nasıl ki basit hücreler, işlevsel organizmalara dönüştüyse, toplum da üretim alanı genişledikçe daha komplike bir hal almıştır. Bu görüş de Durkheim'ın "işbölümünün genişlemesi ve ahlaki düzenle ilişkisi" analiziyle benzeşmektedir ve sağlaması gelişmiş ve az gelişmiş toplumların organizasyon ilkelerinin karşılaştırılmasıyla yapılabilmektedir (Giddens; 2010:131). Dolayısıyla gelişmiş toplumlarda iş kollarının genişlemesiyle meydana gelen farklı üretim tarzları farklı sınıflar, farklı toplumlar ve farklı kültürlerin üretilmesine neden olmaktadır.

Bu tip farklılaşmalardan biri de iş zamanı üzerine getirilmiş farklılaşmalardır. Çalışma süresi ileri sanayi toplumlarında aşırı ölçüde farklılaştırılarak azaldı; bazı çalışanlar için sıfıra inerken, bazıları içinse değişmedi (Gorz; 2007: 233). Çalışma saatlerinde bu tip farklılaşmalar, üretkenliğin maksimum olduğu yerlerde çalışma saatlerinin bütünlüklü veya kısmi ücret telafileriyle azaltılıp, büyümenin görece zayıf

olduğu yerlerde ise azaltılmadan hatta artarak devam etmesiyle sonuçlanır. Bu da kendi içinde bir işçi aristokrasinin doğmasına sebep olur. İş bu surette çalışma saatlerindeki farklılaşma da toplumsal farklılaşma türlerinden biri olarak kabul edilebilir. Saat farklılaşması, daha önce de bahsettiğimiz gibi, az saat çalışan işçiye hobi ve beğenileri doğrultusunda daha üretken bir zaman tanırken, uzun saatler çalışan işçi için aynı imkandan söz edilmesi olanaksız olur. Bu da kültürün üretimini etkileyen başka bir farklılaşma biçimi ve konumuzun esasını meydana getirmektedir.

Uygarlığın gelişmesiyle, tıpkı bölünerek çoğalan hücreler gibi çeşitli farklılaşmalar yaşayan bireyler kültürün farklı üretim dallarında yer almaya devam edeceklerdir. Tüm bunları göz önünde bulundurarak, iki farklı toplum ve kültür tipine bakmamız ve aylıklığı farklılaşmış iki kültürel grupta incelememiz yerinde olacaktır. Bunlar da halkın üretimiyle meydana gelen folk kültür ve aristokrasi, burjuvazi gibi sınıfların güdümünde olan yüksek kültürdür. Hatta kentlere görece küçük yerleşimlerde daha hakim olan folk kültürün aylıklığa bakışını anlamamız önem arz etmektedir. Zira, metropol kentlerin, toplumsal farklılaşması ve toplumsal ağlarının yoğunlaşma noktasında, sınırları belirsiz kalabalıklardan meydana geldiği yerlerdir (Simmel; 2013:25). Bu durum göz önüne alınırsa, salt anlam içeriğini kavramamız açısından folk kültürü irdelemek verimli olacaktır.

2.1.1.1. Folk Kültür ve Aylıklık

Kültür günümüzde, sermayenin desteğiyle, belli trendler çerçevesinde, ona kendini adamış entelektüellerce üretilen bir şeyken, ciddi bir kültürel alanı göz ardı ederek gelişmektedir. Kültür ürünleri lüks ve biricik mallara indirgenirken, folk kültür ya da halk kültürünün kendiliğinden oluşan değerli ifadelerinin bulunmadığı varsayılıyor (Galeano; 2006: 39). Kendi bakış açılarına göre çok da haksız sayılmazlar. Zira kendilerine ait olmayan ve parçası olmadıkları bir kültür dalı, üreticisi ve tüketicisi için de yabancıdır.

Bununla beraber folk kültür, 1500'ü yıllara kadar herkese aitti. Eğilimli olanlar için bir kültür, diğer herkes için ise tek kültürdü. Örneğin; 17. yüzyılda Fransa'da halk kültüründe gelenekselleşmiş bir örnek kabul edilen Çerçi kitaplarının okuyucuları sadece halk değil, yüksek soylu kadınlar da olmuştur (Burke, 2008: 39). Hatta soylular kırsal halk müziğine, halk danslarına ve halk kültürüne hayran olmuşlardır. Fransız entelektüellerinden olan Baudelaire bile bu kültüre hayranlık duyuyordu (Hobsbawm; 1996: 383). Netekim 1800'lere gelindiğinde, soylular, din adamları, tacirler folk kültürü, halkla aralarındaki büyük dünya görüşü farklılıkları sebebiyle, alt tabakalara hapsetmiş ve alternatif bir kültür geliştirmişlerdir (Taylor; 2014: 132). 1500'lerde de aristokrasinin ayrı bir kültürün beşiği olduğunu söyleyebiliriz ancak halk kültürüyle aralarında günümüzdeki uçurum söz konusu değildi. Aristokrasie özenen burjuva ise aristokrasinin sanat anlayışını taklit etmeye çalışırken, içinden çıktığı folk kültürden ayrılmıştır. Oysa folk kültürünün kahramanları köylüler ve zanaatkarlardır (Ginzburg; 2011: 17). Yani halkın kendi üretimi ve halk içinden çıkan kültürdür, folk kültür.

Bu noktada folk kültürün bazı özelliklerine değinmekte fayda görmekteyiz. Folk kültür, üreticisi köylüler veya "halktan" olan kimseler olduğundan, uzman olmayan kişilerce üretilmektedir (Galeano; 2006: 40). Günümüz sanat eserleri, alanlarında eğitilmiş, ressam, müzisyenler, sinemacılar vs. tarafından belli kuramlar ve anlayışlar doğrultusunda geliştirilmektedir. Folk kültür, geçmişin bir kalıntısı olarak değerlendirilerek, aşağılanabilir, alay edilebilir görenekler olarak yok olmaya mahkum görülmektedir (Bauman; 2003: 79). Bu da "anlayanın anlayabileceği" bir yüksek kültürü meydana getirmektedir. Yüksek kültür çalışmamızın ileriki konusu olmakla birlikte, halk kültüründen profesyonellik bağlamında kopuktur. Halk kültürü sadece ve sadece o kültürü yaşayan ve profesyonel olmayan bireylerin ürünüdür.

Profesyonel sanat eserleri bir yaratıcının imzasını taşır. Fakat folk kültür söz konusu olduğunda, doğası gereği katılımcı bir kültürdür (Galeano; 2006: 115). Sözlü gelenekle aktarılan, nesillerce geliştirilen demokratik bir kültür biçimidir. Folk kültür, nineden-dedenen görülerek öğrenilen ve aktarılan, ve bu aktarım sürecinde geliştirilen özümsemiş bir süreçtir. Tabii ki bu üretim sürecinde birikim söz konusu olunca da

folk kültür halka mal olmuş ve üreticisi bizzat halkın kendisi olarak anonim kalmıştır. İş bu sebeple folk kültür için üreticisi belli olmayan, bununla beraber bütün bir köy, yöre, topluluğun yani halkın da üretici olabildiği kültürdür diyebiliriz.

Günümüz kültür ürünleri daha önce de bahsettiğimiz üzere belli kuramlara dayandırılarak üretilir. Bu kuramlar da belli sembolik örüntüler sunan sistemler bütünüdür. Fakat folk kültür, halkın koruyup yarattığı kimlik simgelerinden oluşan farklı bir sistemdir (Galeano; 2006: 43). Bu sistemde belli kodlar taşıyan imgeler, tıpkı bir kilim motifi gibi veya hilale benzetilen kaş gibi, halkın içinden çıkan ifadeler taşımaktadır. Dolayısıyla her anlamda halkın halet-i ruhiyesini taşır.

Öyleyse “bu halk kimdir” demek doğru olacaktır. Herkes mi yoksa seçkinlerin dışındaki herkes mi? Bu soruya, şehirli, taşralı, erkek ve kadın, yaşlı ve genç herkes diye cevap vermek mümkündür (Burke; 2008 : 38). Fakat burada nasıl ki yüksek kültür folk kültürü dışlıyorsa, yüksek kültür de halk kültürü tarafından kabul görmeyerek özerk bir alan olarak gelişmektedir. Fakat günümüze geldiğimizde folklorik olanın popülerleşmesi, tüketime sunulması – ki bu başka bir başlığın konusudur – onu, unutulmuş olarak gün yüzüne çıkarmaktadır. Fakat bu esasen folk kültürün hegemonya altında kaldığı alanlardan biri olarak dikkat çekmektedir. Zira halk kültürü, halk tarafından içselleştirilmiştir. Yukarıda bahsettiğimiz gibi bu halk köylü, kentli, kadın, erkek, genç, yaşlı herkestir ve iktidar bazı edimleri belirli ideolojik söylemlerle bu topluluğu yönlendirmesi gerekir. Böyle bir durumda da halk kültürünün maddi koşullarını değiştirmek zaten içselleştirilmiş olan halk kültürünü, halkın kendi üretimiymiş gibi sunma yine halk kültürünün karşılaştığı tehlikelerdendir (de La Boetie; 2011: 100). Halk kültürünün yasal koruyucusu olmadığı gibi sürekli müdahaleye açık oluşu esnek yapısıyla alakalıdır. Fakat bu kadar çok aylağın – ki bunlar burjuvazi olsun, sanatçılar ve iktidar mensupları olsun - , halk kültürünü bu kadar çok irdelemesi her ne kadar halk kültürünün yapısının verdiği açıkla mümkün olsa da halk kültürünün sağlamlığıyla da ilintilidir. Peki bu aylaklar halk kültürünün neresindedir?

Halk kültüründe de sömürenler, sömürülenler arasında olduğu gibi aylak zenginler ve çalışan yoksullar arasında keskin bir çizgi vardır (Alatlı; 2010: 1438). Halk kültürünün üreticisi yukarıda yaptığımız tanımlamalara göre zengin olamayacağından, aylak bir yaşantı anlayışının da halk kültüründe yeri yoktur. Halk kültürü, epik, didaktik, pastoral vs. pek çok konuyu ele alsada dahi, bunları aylağın yaşantısının pratikleriyle kesiştiremez. Çünkü halk çalışandır, emekçidir her yaştan ve cinsiyetten benzer tabakaları paylaşan kişilerdir. Üst tabakaların halk kültürüne bakışı belliyken de aylağın bu kültürü üretmesi beklenemez. Aylağın halk kültürüyle ilişkisi, yukarıda bahsettiğimiz üzere 1800'lerle beraber tüketim ve hegemonya amaçlı olmuştur. Daha doğrusu önceleri aylağa hayranlık veren bu kültür araçsallaşmıştır.

Peki aylağın benimsediği ve üretimine katkı sağladığı yüksek kültür nasıldır? Aslında, halk kültürünü otantik olarak gören ancak zaman zaman kaynak almak için ona başvurandır yüksek kültür (Mutlu; 2004:15). Halk kültüründen kopuk olduğu kadar öteki olarak da ona bağlı olandır. Bizler de çalışmamızın bundan sonraki bölümünde yüksek kültür ne olduğunu ve aylaklıkla olan ilişkisini inceleyeceğiz.

2.1.1.2. Yüksek Kültür ve Aylaklık

Halk kültürünün karşısında konumlandırılan yüksek kültür, genelde sermaye destekli olarak gelişen, alternatif bir kültür türüdür. Yeni burjuvanın gündelik hayata dair tüm değerleri inkar ederek, şiir, sanat, felsefe alanında daha karmaşık bir kültürel üretim olan yüksek kültür, hedonizmin ve mutluluğun “yüksek fazilet” anlayışının ürünü olarak dikkat çeker (Brown; 1989: 111). Halk kültürü için de belli bir felsefe doğrultusunda üretilmiş ürünlerden, sanat eserlerinden bahsedebiliriz ancak yüksek kültür, halk kültüründen her anlamda farklılaşan bir anlayışa sahiptir. En başta aristokrasi ve burjuvazi destekli büyümesi bile, halkın kendi kendiliğine ürettiği sanat eserlerinden farklılaşması için bir nedendir. Halkın yüksek eğitimden uzak oluşu halk kültürünü daha basit kılarken, yüksek kültür, ahlaki ve ruhsal bilgeliğin kaynağı olarak görülmüştür (Zerzan; 2013: 202). Bu sebeptendir ki yüksek kültür, belli bir tabakanın hayat görüşünden beslenen ve onu destekleyen önemli bir unsur olmuştur.

Bourdieu'den aktaran Bauman, yüksek kültür için; halkın kıt zevkleri ve standart yoksunluğunun tam aksine, yüksek otoriteye sahip olduğu düşünülen kişileri, seçkin sanat zevki ve hatları keskin standartlarıyla, insanlığın geri kalanından ayrılmaktadır, der (Bauman; 2011: 77). Bu ayrılma, aslında gündelik yaşam pratiklerinin sanat yoluyla kendini göstermesidir. Yüksek otoriteye sahip bu siyasi, bürokrat, burjuva, aristokrat vs. gündelik hayatlarında yaşayışlarının halkın geri kalanından farklılaştığı ölçüde kültürel üretimlerde de halktan ayrılmaktadır. Bireyin, öğrenilebilir beceriler geliştirerek, kendini seçkinleştirerek belli bir eğitim sürecinden geçip, adap, estetik gibi kriterleri gidererek eriştiği bu bilgi türüne Bourdieu kültürel sermaye adını vermiştir (Jusdanis; 1998: 103). Nasıl ki folk kültür önceki başlıkta izah ettiğimiz gibi, halkın kendi kendine ortaya koyduğu, onun gündelik yaşantısının ifadesiyse, aylak da gösterişçi olma ilkesiyle, halkın tamamından ayrılmak için kendi kültürünü ortaya koyan ve bunun için çaba harcayarak kültürel sermayesini geliştirendir.

İlkel kabilelerde olsun, en yüksek medeniyet şartlarında olsun farketmez; sadece yönetici hanedanın ve çok küçük bir azınlığın karizmatik ayrıcalığı tanınır (Weber; 2012: 501). Araştırmacı Robert Redfield de bu anlayış çerçevesinde, Latin Amerika köyleri üzerine, şehir kültürü ile köy kültürünü karşılaştıran bir araştırmada bulunmuştur. Bu araştırmaya göre, her medeniyette, düşünen ve eğitilmiş bir azınlığın ürettiği yüksek kültür ile düşünmeyen ve eğitimsiz bir çoğunluğun ürettiği aşağı (folk) kültür mevcuttur. Redfield bu gibi bulgularını, “Büyük Gelenek” ve “Küçük Gelenek” olarak adlandırarak şu şekilde tabloştürmüştür (Coşkun; 2005: 141);

Tablo 1: Yüksek Kültür ve Alçak Kültürün Karşılaştırılması

Büyük Gelenek	Küçük Gelenek
Yüksek Kültür	Aşağı Kültür
Klasik Kültür	Folk Kültür
Okumuşların Gelenekleri	Okumamışların (Halk) Gelenekleri
Hiyerarşik Kültür	Laik Kültür

Bu ayırmda, yüksek kültür, okullarda ve mabedlerde öğretilir ve işlenirken, aşağı kültür daha çok küçük köy toplumlarında üretilmektedir. Ayrıca her “Büyük Geleneğin” siyasal, ekonomik, sosyal, estetik, entelektüel söz konusu geleneğin normlarına başvurmak suretiyle düzenli bir şekilde çalıştığı kurumları vardır. Her büyük geleneğin bu kurumların ürettiği normlara uygun hareket eden kanaat önderleri yani öğreticileri vardır (Coşkun; 2005: 142). Öğretim yüksek kültür için önemlidir. Çünkü daha önce bahsettiğimiz gibi halk kültürü gibi kendi kendine gelişen bir şey değildir. Belli bir estetik anlayışa, belli kuramlara dayanması gerekmektedir.

Yüksek kültür eğitimi için Gramsci, yüksek kültüre demokratik bir nitelik kazandırmak amacıyla, kültürel eğitimin okullara kadar inmesi gerektiğini savunmuştur (Gramsci; 1967: 27). Buradan da yüksek kültürün ğretilerilir bir şey olduğunu anlayabiliriz. Çünkü tüm bu estetik değer yargıları, tüm akımlar ve yorumlar öğrenilip uygulanabilir şeylerdir. Halk kültüründe ise bir paydaşlık ve ortak geçmiş gereklidir. Halk kültürü “içinden yetişmeyi” gerektirirken yüksek kültür, “iyi eğitim” ister. Bir sanat eserini kendi yoğunluğuyla, tarzıyla, daha da ötesi varoluşuyla anlamak, bakan kişinin eserin kodlarına ve eserin türüne ne kadar hakim olduğuyla alakalıdır ki; bu eğitim için de birey ailesine borçludur (Bourdieu ve Darbel; 2011: 92). Fakat yüksek kültür paydasını paylaşan aylaklara baktığımızda, Gramsci’nin hayal ettiği “yüksek kültürün demokratikleşmesi” ne kadar mümkün? Bu durum kafa karışılığına sebep olur. Zira aylak bunu bir hegemonya aracı olarak kullanmaktadır.

Aylak, yüksek kültürle nasıl hegemonya kurar peki? Öncelikle halk kültürünü paylaşan çoğunluğa, incelti miş zevklerini ucundan göstererek onlara kendilerini kötü hissettirir. şöyle ki, eğitimsiz, izole grupların yüksek kültür karşısında kaldığı zor durumu küçümsemek, aylağın konumunu pekiştiren unsurlardandır (Zolberg; 2013: 157). Zira yüksek kültür, onu anlayanlar kadar, anlamayanların da yceltmesiyle yükselen bir şeydir. Sıradan halktan kişilerin “biz kimiz ki Picasso’dan anlayalım” demesi yüksek kültürün başka bir takdir aracıdır. Bu nedenle; kendi dışında kalan dünyayı aşağılama eğilimi, yüksek kültürü paylaşan aylaklarca çokça görülen bir davranıştır (Aries ve Duby; 2006 (b): 10). Yüksek kültürle ilgilenmek neresinden bakarsanız bakın prestijli bir iştir.

Bu prestij öyle yerlere ulaşmıştır ki, şirketler bile bunun gerisinde kalmayarak, tüm siyasi, burjuvazi ve bürokratik aylaklarla olan ilişkilerini iyi tutmak için sanatı desteklemektedirler. Paul DiMaggio bu durumu “sınıf ve kültür arasındaki ittifak” şeklinde açıklamıştır. Sınıflar veya tabakaların kültürlerine körü körüne bağlı olmaları ki, hele bir de bunu hegemonya aracı olarak kullanan bir aylaksa sık görülen bir durumdur. 1980’lerden günümüze kadar şirketler ile kültür arasında güçlü bir ittifak kurulmaya başlandı ve şirketlerin harcama gücü, yüksek kültürün öncü hamileri olan servet sahibi ailelerin yerini aldı (Wu; 2005:378). Şirketler sanatın yeni hamileri haline geldiler.

Çalışmamızın yüksek kültürle ilgili olan kısmını bitirmeden önce, yüksek kültürle ilgili bir özelliğe daha yer vermemiz gerekmektedir. Bunlardan bir tanesi de yüksek kültürün, birey ile eser arasına koyduğu mesafedir. Jameson’ın savıyla bu unsurun, biçimin üretimini olumsuz etkilemesi bir yana, “deha” ürünler ile okuyucu arasına koyulan uzaklık, yabancılaştırılmış uzman ve tüketicilerin yetişmesine sebep olmuştur (Jameson; 2011: 432). Sanatsever, eserle bağdaşım kuramaz ona her bakımdan uzaktır. Ancak halk kültürüne baktığımızda üretici zaten halk olduğundan tüketenin de aynı duyguları hissetmesiyle sanat eserleriyle arasında bir mesafe söz konusu değildir.

Bununla birlikte günümüzde küreselleşmenin hızlanmasıyla hem yüksek kültür hem de folk kültür için bir risk ortamı meydana gelmiştir. Bu risk, gündelik hayatın metalaşması ve tüketimle beraber, yüksek kültür ve halk kültürü arasındaki ayrımın birbirine girmesiyle söz konusu olmuştur (Öncü ve Weyland; 2010: 215). Evrensel eğilimler ve geleneksel değerler iç içe geçerek tüketime hazır yeni bir kültür oluşturmakta - örneğin; kilime basılan Mona Lisa gibi - ve bu durum her iki kültüre de zarar vermektedir. Bunun yanı sıra kültürel bağlarla bağlı olan gruplar, cemaatler bu gibi karşılaşmalardan çözümlenerek çıkmaktadırlar. Ritzer’in “yüksek kültürün katedralleri” dediği, müzeler, okullar, konser salonları, üniversiteler bile içlerinde açılan dükkanlar ve alışveriş merkezlerinde düzenlenen sergiler ile beraber birer tüketim ortamlarına dönüşmek suretiyle, yüksek kültür ve düşük kültürün karışmasına sebep olmuştur (Ritzer; 2000: 232). Günümüzde her iki kültür türünün varlığından söz edebilmek de tüketim kültürü karşısında içlerinin boşalmaya başladığını reddemeyiz.

Kitle kültürü neticesinde ortaya çıkan tüketim kültürü, azınlığın yüksek kültürünü, çoğunluğa mal etme peşindeyken, aşağı kültürü ise zaten çoğunluğun kültürü olduğundan kolay benimsenen kar aracı haline getirir. Bu her iki kültürün de zarar gördüğü bir süreçtir.

Kanımızca yüksek kültürün ve halk kültürünün bu denli karıştığı bir dönem, ancak grup, cemaatten kitleye geçişle mümkün olmuştur. Fakat diğer başlığa geçmeden önce aylağın yüksek kültürdeki yerinin son olarak altının çizilmesini faydalı görmekteyiz. Çalışmayanlar genellikle yüksek kültür faaliyetlerine katılabilmektedir (Appleby; 2012: 228). Bunun sebebi de çalışmamızın birinci bölümünde anlattığımız gibi, sanatsal faaliyetlerin bol tatbik ve boş zaman gerektirdiğindedir. Öğrenilebilen yüksek kültür de bu sebeple boş zaman yani aylak bir yaşantı ister. Bununla beraber yüksek kültür sadece azınlığa ait olmasıyla, toplumun diğeri üzerinde bir baskı unsuru, ve aylak sınıfın gösterişçi hazlarını destekleyen bir araçtır. Bu sebepten ötürü 1800'lerden günümüze kadar aylak sınıf kendini yüksek kültürle farklılaştırmıştır. Fakat günümüze gelindiğinde, yüksek kültür ve halk kültürü halen daha var olmasına karşılık artık özerklikleri tehlike içindedir. Marcuse'nin deyişiyle "çalışan halk kitlesine karşı sermaye"; meta biçiminin evrensel hale gelmesi ve özerkliğini yitiren kültürel üretimler, kapitalizmin zorunlu çelişkisini onun en yoğun olduğu yerde bu şekilde sergiler (Marcuse; 1991: sy). Kazananın kültürel değerlerinden çokça kayıp vereceği ve kaybedenin zaten kaybettiği bu toplum türünde incelenebilecek tek kültür olan kitle kültürü bundan sonraki başlığımızın konusu olmaktadır.

2.1.2. Kitle Kültürü ve Aylaklık

Kitle kültürü, "kitle" ve "kültür" kavramlarının semantik belirsizliğinin ve kavram olarak yarattığı paradoksun birleşiminden, merak uyandıran bir tümce olarak ortaya çıkmıştır. Semantik belirsizlik çünkü, kitle ve kültür kavramlarının bir araya gelmesi altmışlarda popüler olana kadar pek görülmemiş, yarattığı paradoks ise tikel nitelikteki kültürel ürünlerinin üzerini örten çoğullayıcı kültürün çok da alışılmadık olmasıdır (Cuhe; 2013: 102). O çoğullayıcı kitle kültürüyle gerek kırsaldaki halk kültürü, gerekse de şehirdeki kent kültürü çöküşe uğradı. Bununla beraber ruhlara ve bedenlere hükmederek, halk hareketleri ve sapkın normları kontrol altında tutmak için

farklılığı birliğe indirme yönündeki çaba kitle kültürünün temelini oluşturmaktaydı (Bauman; 76: 2003). Farklı sosyo-ekonomik tabakalar için farklı kültürel ürünler üretmek yerine kitle kültürü herkesi tek bir kültürde eritip, kalıplara döküp, dondurarak kontrol altında tutmaya yarayan bir bileşendir.

Kitle kültürü 20. yüzyılda yer küreyi fetheden yegane unsur olmuştur. Sanayileşmiş ekonomi, kitlesel üretim ve tüketim de bu kültürün yegane lokomotifidir (Hobsbawm, 1996: 28). Bu kavramları tek tek açıklamamız gerekirse; sanayileşmiş ekonomi, üretimin sanayi kuruluşlarında hızlı ve tek tip olarak - 20. yüzyılın başlarında fordist üretim düzeniyle - üretilmesini kapsamaktadır. Bu, ucuza mal edilerek üretilen tek tip ürünler, farklı zevklerin beklentilerini karşılayamayacağından kitlesel üretimler olurlar ve ortak bir kültürle beğeniler organize edilerek tüketimine teşvik edilmesi de kitlesel tüketimi beraberinde getirmektedir. Yani kitle kültürü, bu bağlamda, topluluklar ve gruplar için değil bütün bir kitle için işleyen bir sistemdir. Kapital sahiplerince kültür işlenip, seçeneksiz bırakılan kitlelerce tüketilmesi sağlanırken, alternatifsiz bir kültür yaratılıp, geçmişin kadim birikimleri üzerine de beton dökülmektedir.

Bu durum sadece endüstriyel ürünler için geçerli değildir. Sanayici kitle kültürünün kurulmasında sanat, iletişim araçları gibi bileşenlerden faydalanır; sinema, gazete, halk romanları gibi (Barthes; 1990: 114). Hatta ve hatta yüksek sanat tedrisatından gelmiş sanatçı bile kitle kültürünün tüketicisiyken, üreticisi olmamaya ne kadar direnebilir (Antmen; 2009: 159). Tüm bunlar, kitle iletişim araçları, sanayi kuruluşları gibi kapital sahibi yapılar ve bu sistem içerisinde para kazanmak zorunda olan sanatçı, kitle kültürünün yegane inşa edicisidir. Bütün bu kültürel dönüşüm çalışmaları daha geniş paydada daha çok ürün satma amacı güderken bireyin de dönüşmesine ve toplumun kitleleşmesine sebep olmaktadır.

Anlaşılan kitle kültürü, tekel koşullarında özdeştir ve dizginleri ellerinde tutanlarca şekillenmektedir. Adorno ve Horkheimer'a göre, sinema ve radyo – ki günümüzde bu araçları çeşitlendirebiliriz – kendini artık “sanatı iletirmiş” gibi göstermek zorunda değildir. Zira; ürettikleri zirvaları meşrulaştıran ideolojik araçlar olarak kullanılmaktadırlar. Ve bu kültürde hiçbir şey gizli kapaklı değildir. Çünkü ne

kadar aşırıya kaçılırsa o kadar destanlaşır. Bu sebeple, bu gibi medya kuruluşları, genel müdürlerinin gelirlerine dair toplumla paylaşılan rakamların, tüketime hazır ürünlerin toplumsal zorunluluğu hakkındaki kuşkuyu yok ederler (Adorno ve Horkheimer; 1995: 163). Kitle kültürü tüm gücüyle, müziğiyle, mimarisiyle, gastronomisiyle her şeyiyle bir aşırılık kültürü, ideolojik bir dönüşüm ve tüketim alanı olarak dikkat çeker. “ürettikleri zırvalar” toplumu en yukarıya çekmek yerine en alt paydada bir araya getirdiğinden, basittir, sanayileşmiş olduğundan hızlıdır ve her haliyle tüketime hazırdır.

“Tüketilmek için olan” bu tarzın en belirgin özelliği işlevsel oluşudur belki de. Halk kültürü veya yüksek kültürde sözünü etmediğimiz işlevsellik kitle kültürünün doğasını meydana getirmektedir. Zolberg (2013: 146); akademi, kilise veya akademik geleneklere dayanan sanattan farklı olarak bu sanat biçiminin işlevselliğiyle dikkat çektiğinden bahseder. Öyle ki, eskiden müzik dinlemek için, çok önceden bilet alıp gece güzel giyinip hazırlanıp operaya giden insanlar, kitle kültüründe aynı müziği asansörde, mağazalarda, reklamlarda, siyasi kampanyalarda dinlerler. Ve burada dikkat çeken en önemli şeyse, tüm bu yayın kanallarının tüketime yönelik olması, restoranlar, marketler, mağazalar, reklamlar gibi veya ideolojik amaçlara hizmet etmesi. Kitle kültüründe sanat asla tek başına sanat değildir, sanat işe yaradığı ölçüde sanattır.

Kitle kültürü bunu yaparken kendi içinde de tüketicisine pek bir seçenek sunmaz. Adorno'nun “aynı şeyin farklı yönlerden görünmesi” diye bahsettiği şey budur. Her eser görünürde birbirinden farklı fakat aynı ölçüde de aynıdır (Habermas; 2001: 389). Bu duruma örnek vermek gerekirse, günümüzde Türkiye ve dünyada (özellikle Akdeniz coğrafyasında), La minör – Sol majör – Fa majör ve Mi majör akor dizisi üzerinde üretilmiş pek çok pop müzik şarkısı mevcuttur. Her eser bakıldığından birbirinden farklı şarkılardır ancak yapı olarak hepsi birbirinin aynısıdır. Bu sebeple Ritzer “Malzeme iyi olabilir ama özel değildir” der ve bu tür kültürel üretimleri bu şekilde tanımlar. Eğer çok çok zengin değilseniz veya zamanınız yoksa özel bir şey bulmak gittikçe zorlaşmaktadır (Ritzer; 2010: 116).

Kitle kültürünün bir başka özelliği ise gerçeğin üzerini örtmedeki başarısızdır. Bireyin metalaştığı, gerçeğin ise temsiline dönüşerek yeni bir toplumsal yapıya dönüştüğü bir sistem söz konusudur. Kendilerine ait gerçeği arama eğiliminde olan birey kitle kültürüyle, seçkinler gibi modern edebiyat ve sanat ile ilgili sorunsalları irdelemeye gerek kalmadan, kendi öz sorunlarını giderme aracı kazanmıştır (Dorfman ve Mattelart; 1977: 41). Kitle kültürü içerisinde varlığını sürdüren, üzerinde çok düşünme zahmetine girmeden, tüm derdini de dermanını da kitle kültüründe bulmuştur. Kitle kültürünün ortaya attığı açmazları yine kitle kültürü çözerek bireye doğala özdeş bir güven ortamı kazandırmakta ve birey de tüm bu yapay kültürel ürünlerle kendini mutlu hissetmektedir, sistem böyle işler. Bu herkesin kendini mutlu hissettiği Willy Wonka'nın Çikolata Fabrikası'ndan farksız yapaylıkta bir kültürel ortamdır. Kaldı ki, filmde hatırlanacağı üzere, nasıl ki Willy Wonka yerlilerin elinden tek varlıkları olan çikolatayı alıp onları köleleştirdikten sonra fabrikasındaki yapay dünyada onlara eşsiz mutluluk sunduysa, kitle kültürü de bireyden tüm kültürel zenginlerini alıp ardından ona Disneyland ve benzeri, hatta çok büyümeye bile gerek olmadan televizyonla bile yapay bir dünya kurarak doğrudan bilinçlere saldırılmaktadır.

Peki kitle kültürü bilinçlere nasıl saldırır? Kitle kültürü bunu yaparken sistematik bir yol izler her zaman ve tekrarlamalarla, aynılığıyla ve bireyin baktığı yerde yer almasıyla atomize tepkiler yaratır ve bireyin direniş gücünü kırar (Berger; 2014: 53). Bu süreçte izleyicilerin sosyolojik yapısındaki meydana gelen değişikliklerle kitle kültürünün nüfuz alanı artar. Ancak konumuzdan sapmadan şunu da kısaca belirtmek gerekir ki, bu sadece bir kültürel kayma, hissizleşme ve tüketim sorunu değildir. Örneğin; kitle iletişiminin yaygınlaştığı dönem olan 1940'larda, kitle kültürü bombardımanına maruz kalan ve atomize hale gelen yani sınıf bilincini ve beraberinde örgütlülüğünü kaybeden birey yeni mesajlara açık hale gelmiş ve bu da en basiti Nazi Partisi'ni iktidara taşımıştır. Bir önceki paragrafta bahsettiğimiz üzere kitle kültürü bireyin benlik ve gerçeklik algısını yeniden, merkezi kontrol mekanizmalarıyla şekillendirmektedir. Bu asla ve asla sadece dinlenen müziğin kalitesizleşmesi sorunu değildir. Tam aksine dinlenen müziğin bireyi bilişsel olarak dönüştürmesi sorunun kendisidir.

Daha önceden bahsettiğimiz gibi, kitle kültürü demokratiktir, halk kültürüne ve yüksek kültüre eşit saldırır. Bu sebeple aylak veya emekçi farketmeden herkes bu kültüre maruz kalır. Fakat burada tersine bir hareket vardır. Hep aylağın ötelediği halk bu sefer aylağa yakınsamaya başlamıştır. Kitle kültüründe tüketim vardır, aşırılık vardır. Bu sebeple Barthes, bu kültür türüne “küçük burjuva kültürü” demektedir (Barthes; 1990: 167). O zamana kadar burjuvaya ait olan özgürce harcayabilme özelliği sanayiyle beraber emeğin de eline geçmiştir. Ve emek küçük bir burjuva gibi yönlendirilmiş iradesiyle, gücü yettiğinde satın almaya ve bununla mutlu olmaya başlamıştır. Bu özelliğiyle aylağa benzer bir tablo çizmektedir. Fakat sanılmamalı ki emek aylaklaştı. Evet, emek de aylak gibi artık müzik yapabilir, bu onun hür iradesidir. Ancak yaygın örneğe göre; önce bir keman alması gerekir, bu da maddi gücünün yetmesiyle mümkündür. Bu yüzden bu bir refah sisteminden çok emeğin cebindeki üç kuruşa göz diken, verdiği misliyle geri isteyen kapitalistin düzenidir. Ayrıca o yüksek kültürün seçkinleri de sosyolojik dönüşüm ve mesaj trafiği içerisinde yitmiştir. Kitle kültürü, sanatsal zevkleri benzer, harcamalarında müsrif, merkezi mesajlara açık bir toplum üretmiştir.

Tüm bu özellikler, Avrupa'nın göbeğinde, belli toplumsal sonuçlar neticesinde kurulmuş bir okul için, felaketin eşiğini meydana getirmekteydi. Kitle kültürü veya “Kültür Endüstrisi” tüm Avrupa'yı karanlığa gömecek toplumsal yapıyı hazırlarken, Frankfurt Üniversitesi'nde kurulan Sosyal Araştırmalar Enstitüsü bu akımı derinlemesine irdeleyen bir kurum olarak dikkat çekmektedir. Bizler de çalışmamızın bundan sonraki kısmında Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi'ni ele alacağız.

2.1.2.1. Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi

Kültürden bahsettiğimiz bu bölümde Frankfurt Okulu ve onun kültür eleştirisinden bahsetmeden geçemeyiz. Zira kitle kültürünü ele alıyorsak onu daha iyi anlayabilmek için Frankfurt Okulu'nun çözümlmelerine, Frankfurt Okulu'nu da anlamak için okulun sanata olan yaklaşımına değinmemiz gerekmektedir. Çünkü okul tüm eleştirisini kültür üzerine kurarak Marksizme hem yeni bir bakış açısı

kazandırmış, hem de toplumsal hareketler ve bireylerin eğilimi üzerine daha geniş bir altyapı önermesi getirerek anlamlandırmaya çalışmıştır.

Frankfurt Okulu aslında, 1923 yılında Weimer Cumhuriyeti'nde, Frankfurt Üniversitesi bünyesinde kurulan, Sosyal Araştırmalar Enstitüsü etrafında toplanmış olan felsefeci ve sosyologlara verilen isimdir. Enstitü, Felix Weil tarafından kurulmuş olmasına karşın Horkheimer'ın okulun başına geçmesiyle kimlik kazanmış ve "eleştirel teori" dediğimiz anlayışın okula hakim olması mümkün olmuştur (Timur; 2008:25). Okul Birinci Dünya Savaşı sonrası buhran yaşayan Almanya coğrafyasında belli sebeplerle kurulmuştur. Bu sebepleri üç ana maddede ele alabiliriz (Yaylagül; 2010: 95-96):

- Rusya'da gerçekleşen Bolşevik Devrimi'nin Avrupa'da yayılmaması
- Almanya'da yükselen faşizan hareketler
- Batı Avrupa'da istikrara kavuşan egemen sistemler ve yaşanan ideolojik dönüşümler

Aslında bu maddelerin her biri "eleştirel teoriyi" şekillendirmekle beraber, kitle kültürü eleştirisini de içerisinde barındırmaktadır. Teker teker kısaca bağlamlandırarak olursak; devrim Rusya'da öngürülmemişti ancak Rusya'da gerçekleşti. Demek ki Marksizm'in yanıltığı bazı noktalar olabiliyordu. Ayrıca devrimin dalga dalga tüm kıtayı sarması gerekirken, Batı Avrupa'da egemen sistemler daha da güçlü bir hal almıştır. Kitle kültüründe bahsettiğimiz türde hazcı ve atomize olmuş bireyler, örgütlenmekten çok uzak ayrıca bir o kadar da iktidardan gelen mesajlara açıktır. Bu da Nazi Partisi iktidarının mesajlarının halkta daha kolay karşılık bulmasına sebep oluyordu. İş bu hususta, Marksizm büyük ölçüde yanıltılmıştı. Bu sebeple Marksizmin daha karmaşık bir alt yapı kavramı, toplumsal ölçütlerin karşılıklı etkileşimi ve yeni bir anlayışla ele alınması gerekmektedir. Daha önce ele aldığımız üzere ekonomi belirlemci olan Marksist anlayışın yanı sıra kültürün de toplumsal hareketlerin tetikleyicisi olduğunu savunan okul üyeleri Marksizm'e çok bağlamlı bir bakış açısı kazandırmış ve okulla adı anılan "eleştirel teoriyi" kültür temelleri üzerine inşa etmiştir. Bu sebeple eleştirel teoriyi kültürden ayırmamızın imkanı yoktur.

Köleleştirici yeni kültürel ortama karşı Frankfurt Okulu'nun geliştirdiği eleştirel teoriyi Geuss (2002: 10-11) bir kaç teze ifade eder;

“Eleştirel teorinin, bireyin eylemleri için rehber olarak özel bir durumu vardır:

a. Bu teorilere inanan bireylerin aydınlanmalarını, yani bireyin gerçek çıkarlarının nerede olduğunu saptamalarını sağlama amacı taşır.

b. İçkin bir anlamda özgürleştiricidirler; yani bireyleri, kısmen kendi kendilerine dayatmış oldukları bir zorlamadan, bilinçli insan eyleminin kendi kendini früstre etmesinden kurtarırlar.

2. Eleştirel teorilerin bilgi içeriği vardır, yani bilgi biçimleridirler.

3. Eleştirel teoriler epistemolojik olarak temel bakımlardan doğa bilimlerinden farklıdır. Doğa bilimlerinde teoriler nesneleştiricidir, eleştirel teoriler dönüşlüdür.”

Bu maddelerden birinci olan bizi daha çok ilgilendirmektedir. Çöken Aydınlanma düşüncesiyle beraber yeni kültürel ürünlerle dönüşen ve onların esiri olan insan, kendi öz çıkarlarının neler olduğunu keşfetmeli ve bir şekilde bilinçli insan yetiştirilerek birey özgürleştirilmelidir. Zira Frankfurt Okulu'na göre *“kapitalist toplum; meta fetişizmi ve konuşma tarzlarında siyasi bürokrasi ve teknolojik düşünceye kadar, her tarafa yayılmış bir şeyleşmenin pençesinde kıvrılmaktadır”* (Eagleton; 1996: 77). Böyle bir toplumun özgürlüğünden, özgürlük bir yana, haz araçlarına bağımlı olmuş toplumun gerçekten mutlu olduğundan bile bahsedilemez. Bu toplum her yönüyle merkezi iletilere ve tek tip ürünlere bağımlıdır. Yani okula göre; toplum, tüketim kültürü ve popüler kültürün onlara tanıdığı ahmakça hazlara kendini kaptırdı, devrimci direncini yitirdi, sınıf bilincini kaybetti (Berger; 2014: 53). Bu durum da, gerek gönüllü, gerekse de mecburiyetten merkezin mesajlarına açık ve dolayısıyla tek tip, siyasi erke hizmet eden insanlar yarattı.

Peki, tüm bu kitle kültürü, tüketim kültürü, popüler kültür gibi kavramlardan bahsederken kültür endüstrisi nereden çıktı ve ne gerek vardı? Dellaloğlu bunu iki

biçimde açıklar (2014: 107). “Kültür” ve “Endüstri” temelde birbirinden farklı iki ayrı kavramı işaret etmesine rağmen bir araya gelişlerinin bir amacı vardı. Birincisi; bu kavram bir yapının bütünselliğini öne çıkaran ve bütünü oluşturan parçaların hiç birinin diğer parçalardan soyutlanmış bir şekilde ele alınamayacağını ifade eder. İkincisi ise; halk kültüründe üretici halktır, yüksek kültürde ise eğitilmiş profesyonel bir sanatçı söz konusudur ve bu gibi birey ve topluluklar kültürü meydana getirirler. Fakat kitle kültürünün oluşumunda toplum neredeyse edilgendir. Birey kültür endüstrisinin ikna araçlarına boyun eğerek bütünün bir parçası olmaya belli şartları karşılayarak erişebilir. Bu sebeplerden ötürüdür ki, Frankfurt Okulu kitle kültürüne, kültür endüstrisi demeyi uygun görmüştür.

Frankfurt Okulu’nun kültür endüstrisine duyduğu hoşnutsuzluk, kültür endüstrisinin demokratik olmamasından veya burjuva ideallerini taşımasından ziyade, tam olarak demokratik olmamasında yatıyordu. Bu kavramın ideolojik olduğunu ileri sürüyor ve bu kültür ürünlerinin de gerçekte varolmamış, kendiliğinden olmayan ve şeyleşmiş bir kültür olduğunu ileri sürüyorlardı (Jay; 2014: 341). Eğer ki kültür insanın ürünüyse, nasıl sermaye sahiplerinin güdümünde gelişebilir ki? Bu o zamana kadar insan doğasının bir ürünü olan kültürün aslında, kültürün gerçek aktörlerinin elinden alınışının trajedisiydi. Kaldı ki, toplumun yaşantısı neyse kültür onun aynası ve kültür de yaşantıyı şekillendiren yegane unsurdur. Şimdi üretilmeyen ama yaşamı şekillendiren kültür endüstrisi sermaye ve siyasi erkin elindeki oyuncağıyla, insanlar yapay hayatlar sürüyor ve bir takım ideolojik dönüşümler yaşıyorlardı.

Kitlelerin düş ve arzularının kontrol altına alınması da aynı yüzyılda kültür endüstrisiyle mümkün oldu. Radyo, televizyon, sinema ve reklamlarla bu mümkün kılındı (Eagleton; 1996: 160). Reklamlar her yerdedi. Doğrudan bilinçlere saldırıyor ve tüketime meyilli bir toplum inşa ediyorlardı. Adorno ve Horkheimer’a göre sinema bütünsel olarak kültürel endüstriyel birliğin reklamıydı ve radyo da kültür mallarının var olduğu metaların çığırkanlığını yapmaktaydı (Adorno ve Horkheimer; 1995: 208). Sinemalar bütünleşik bir hayat tarzının, kostümlerle, tüketim metaları ve mekanlarla gösterisiydi ve radyo basitleştirilmiş kültürel ürünlerin en güçlü yayıncılarından. Tüm iletişim araçları; bilgi vermek, eğlendirmek vs. gibi işlevleri dışında reklam mecraları olarak kullanımında bire birdi. Sinemalarda görülen metaların her biri yeni

tüketilebilir ürünlere alternatifler yaratmaktadır. Kısacası kültürel ürünlerin her biri tüketim alanı olmasının yanı sıra birer reklam mecrası gibidir.

Bu durum sadece tüketim alanı için geçerli değildir. Kültür endüstrisinin amacı geniş çapta kitleleri yönlendirerek, mevcut toplumsal, ekonomik, siyasi kurumları kontrol etmektir (Berger; 2014: 55). Bu durum da sermaye sahipleri ve kapitalist toplumda kurumları denetleyen burjuvazinin işine gelmektedir. Kitleleri tüketim ve ideolojik amaçlar doğrultusunda yönetmek tamamen sermaye sahipleri ve siyasi liderlerin çıkarlarına hizmet etmektir. Bu sebeple Adorno ve Horkheimer kültür endüstrilerinde bireyin bir yanılsamadan ibaret olduğunu söylerler. Birey yanılsamadır, aslolan kitledir. Bireysel yaratıcılık veya düşünce özgürlüğü, alternatif sesler, alt kültürler kültür endüstrisinin sevmediği şeylerdir. Kültür endüstrisinde bireye ancak, bireyin kayıtsız şartsız sistemle özdeşleştiği sürece göz yumulabilir (Adorno ve Horkheimer; 1995: 205). Aksi tutumların herbiri sistemin işleyişi için tehdit oluşturmakta ve bu da güç sahiplerinin planladıkları toplumu çözmeye eğilimi göstermektedir. Bu sebeple de kültür endüstrisi aynı zamanda tek tipleştiricidir. Böyle bir ortamda bireyin varlığından söz etmek mümkün değildir. Birey yoktu, “*imalat yapan dev endüstriler, bireyi ona tam doyum sağlayarak değil, onun özne olarak karakterini yok ederek yendiler*” (Callinicos; 2013: 379). Kitleler sermaye sahiplerinin elinde, kendi oluşturdukları kent kültürleri olan işçi ve burjuva kültürünü de yitirdiler. İşçi kültürü, daha düşük beğeniye hitap ederken, burjuva kültürü pahalı zevklerin tatminine sesleniyordu. Bizler de modern zamanların kültürünü anlayabilmek için çalışmamızın bundan sonraki kısmında zor şartlarda inşa edilmiş ve kısmen yitmiş bu iki kültürü ele alacağız.

2.1.2.2. İşçi Kültürü ve Aylaklık

Antik çağlardan beri, toplumun alt kesimlerinin yoğunlukta yaşadığı yerlerde egemen kültürden farklı bir alt kültür gelişme ortamı bulmuştur. Bu kültür geleneksel kültürden ve devlet kültürünün ellerinden uzak bir kültür olmuştur. İşçi kültürü de başlangıçta bu tip bir kültür olarak gelişim göstermiştir. Endüstrinin yoğun sisli, gri ve kentlerin silüetlerini bozucu ortamlarında, kendine has bir birliktelik ruhuyla ortaya

çıkıştır (Murray; 2014: 327). Kaderin bir araya getirdiği bu insanlar, henüz bir-iki kuşak önce kırsalda yaşayan ve kentlere henüz yerleşmiş ve sağlam bir folk kültür geleneğinden gelen bireyler olmuşlardır. Bu sebeple de – her ne kadar geldikleri kültür birbirlerinden farklı olsa da – mekanik bağlar kuran bu insanlar ortak bir mekan ve yaşam tarzını paylaşarak beraberlerinde getirdikleri folk kültürü sentezleme imkanı bulurlar. Fakat bu “işçi kültürü” için yeterli bir açıklama değildir. Zira işçi kültürü öncelikle işçi bilincinin gelişmesiyle ilintilidir.

İşçi yaşamı maddesel koşullar ve kitle iletişim araçlarının gelişmesine rağmen, işçi kültürünün özgünlüğünü ortaya çıkaran bir yapıya sahiptir. Bu yaşam da “yazgı birliğinin” verdiği, “onlar” ve “biz” arasındaki kesin ayrımla ve geniş tutuculukla beraber ortaya çıkmıştır (Cuche; 2013: 109). Zira, aksini düşünmek çok mümkün değildir. Bir tarafta pek çok anlamda gücü elinde tutan ve kendi elit kültürünü geliştiren bir burjuvazi karşısında “kendi olmayanı” gören işçinin pek fazla ihtimali yoktur. Eğer ki burjuvazinin kültürü elindeki meta, sermaye, bürokratik güç çerçevesinde şekillendiyse işçi de elinde olanla kendi kültürünü meydana getirmek zorundadır. İşçi kültürünün, burjuva ideolojisinden oldukça farklı olduğunu belirten Gorki, oluşturulması gereken işçi kültürü hakkında şöyle der (Gorki; 1980: 137) ;

“Devrimci işçi hümanizması açık, dürüst ve samimidir. Başkalarına sevgi besleme ve yararlı olma hakkında cafcıflı ve şeker akan laflar etmez. Bu hümanizmanın güttüğü hedef, bütün dünyadaki halkın kapitalistlerin kanlı, iğrenç ve anlamsız boyunduruğundan, kurtarmak, kendilerine “alınıp satılan bir mal”, burjuvalar için altın ve lüks yaratmakla kullanılan bir hammadde gözü ile bakmamalarını insanlara öğretmektir. Kapitalizm dünyanın ırzına geçer, tıpkı çocuk doğurtmadığı sıhhatli ve genç kadına ihtiyarlığın bütün hastalıklarını aşılama için tecavüz eden sarsak ihtiyar gibi. İşçi hümanizmasının görevi şiir dolu ilanı aşklarda bulunmayı gerektirmez. İster ki, her işçi tarihi ödevinin ne olduğunu, iktidarı almak hakkına sahip bulunduğunu, kapitalistlerin eninde sonunda

başına örecekları çorap (yeni bir savaş) arifesinde lüzumlu olan devrimci eyleminin ne olduğunu anlasın.”

Bu sebeple işçi, burjuva olmayansa eğer işçi kültürünün de burjuva kültüründen farklı ideolojik bir kültür olması kaçınılmazdır. Zira, Gorki'ye göre de bu iki kesimi bir arada düşünmek imkansız olduğu kadar bu iki kültürün de bir arada düşünülmesi bir o kadar imkansızdır.

Fakat bununla birlikte, işçi bir zamanlar gerçekten de ideolojik ve teorik etkinliğe sahip, kendilerine yönelik sosyalizan hareketlerin farkında bir sınıftı (Coşkun; 2014: 15). Bu sebeple gerçekten de Raymond'ın deyişiyile; işçilerin yükselişi gerçektir (Raymond; 1979: 117). Ayrıcalıklı olmayanların bilgiden mahrum edildiği ve kendi içinde küçük cemaatlere sıkıştığı dönem bitmişti bir anlamda. Fakat bu noktada üzerinde durulması gereken özel bir husus da mekandır. İşçi sınıfı egemen kültürde kendine yer bulamayacağı için bu tür tartışmaları yapabileceği özel bir muhit arar. İşçi ait olmadığı bu düzende, ait hissettiği havayı ancak böyle bulabilir. İşçi kentleri, işçi sanayi havzaları, işçi mahalleleri sınıf kültürünün oluşması için zorunludur (Coşkun; 2014: 20). Bu sebeple aşırı kalabalık kentlerde, fakir gecekondu mahallelerinde bile köklerden ayrılışı yeni bir topluluklaşma izledi. Amerika ve Avrupa'nın belli sanayi merkezlerinde alt kültüre ait mekanlar ki örnek vermek gerekirse; İngiltere'de publar, Fransa'da cafeler, Amerika'da cemiyet merkezleri, Almanya'da birahaneler işçi kültürünün merkezleri haline geldi (Murray; 2014: 327). Elit sınıfların kabul gören kültürüne alternatif bir kültürün geliştiği bu mekanlarda, okuma-yazma eğitiminden tutun da işçiye farkındalık kazandıracak yayınların dağıtımını ve derin felsefi sohbetlere kadar işçinin gelişimi adına her şey yapılıyordu. Tabii eğlence de bunlardan biriydi, kültürün ayrılmaz parçası olan. Fakat burada tek bir sıkıntı vardı; kültürel ürünlerin üretimi – daha önceden bahsettiğimiz sebeplerce – hem gönülsüz bir gönülle sanatçının hem de üreticinin menfaatine, kapitalistin elinde geliyordu. Bunun için Lukacs, işçi kültürünün serpilmesi ve sanatçının hür üretimi için, sanatçı ile işçi arasındaki dolaylılığın kaldırılması ve doğrudan bir ilişki kurulması gerektiğinden bahseder (Lukacs; 2004: 109). Bununla beraber işçi kültürü “kaygı taşıyan” insanların kültürü olduğundan, daha çok düşünsel bağlamda ön plana

çıkıştır. İşçi sınıfının eğlence kültürüyle ilgili erişilebilen bilgiler kısıtlı olmakla birlikte, farklı folk kültürlerin bir sentezini oluşturdukları ve düşün dünyalarının yanı sıra eğlence kültürlerini de bu doğrultuda oluşturdukları tahmin edilmektedir.

Fakat işçi kültürü, doğal olarak, kapitalistin çıkarlarıyla çatışan bir kültürdü. Bu sebeple sermaye sahipleri işçi kültürünü kırmak için türlü yollar denediler. Çalışmamızın birinci bölümünde bahsettiğimiz üzere, aile yaşantılarından tutun da alkol kullanım alışkanlıklarına kadar her türlü tutumlarına saldırdılar. İşçi enstitüleri de bunlardan biridir. Başta sadece erkek işçilere açık olan bu enstitüler, daha donanımlı, daha bilgili, daha çalışkan ve daha mantıklı işçiler yetiştirme amacıyla kurulmuşlardır. Bunun sonucundaysa ne hikmetse kapitalistin oldukça önem verdiği aile mutluluğunu arttırmak hedeflenmiştir. Fakat asıl olan egemen değerlerin işçiye aşılmasıydı. Ve sonuç olarak pek çok işçi kadın ve erkek egemen kültürü olduğu gibi reddedemedi (Aries ve Duby; 2006 (d): 74). İşçi kültürü egemen kültürün ona aşıladıkları karşısında çözümlenerek, devrimci yanı olan “doğru bilinci” yitirmesine neden oldu. Sonuç itibariyle, ister yarım kültür, ister sözde kültür diyelim, kitle kültürüyle bastırılmıştı (Raymond; 1973: 209). Kültür endüstrisiyle de artık işçinin kontrolünden çıkmış genelin içinde, tüketime meyilli hazcı ve en önemlisi devrimci direnci kırılmış bir kültüre karışmıştır işçi.

İşçi kültürünün sermaye tarafından kırılması şaşırtıcı değildir. Hiç bir egemen, sistemle kavgalı bir sınıfı bünyesinde barındırmak istemez. Fakat bununla beraber burjuva kültürü de o yüksek kültüre ait olan ulvi değerlerini kısmen yitirmiştir. İşçinin geleceğe dair imkanlarını yitirdiği bu süreç, burjuva kültürünü de hedef almıştır. Bizler de çalışmamızın bundan sonraki kısmında burjuva kültürünü ve onun kültür endüstrisi karşısındaki konumunu ele alacağız.

2.1.2.3. Burjuva Kültürü ve Aylaklık

İşçi kültürü, folk kültür nasıl ki toplum içinde kendiliğinden oluşmuşsa, yüksek kültür ve burjuvazi kültürü gibi kültürler de toplum içerisinde kendiliğinden oluşur. Çünkü gelişmiş her toplum bir tahakküm ve çatışma toplumdur. İçerisinde kendi sosyalist tabanı olduğu kadar burjuva tabakasını da meydana getirir. Zira her toplumda sömüren ve sömürülen olduğundan bu iki farklı hayat tarzı iki farklı kültürü beraberinde getirir (Plehanov; 1987: 217). Bunlardan sömürülenler, köyde halk kültürü, şehirde işçi kültürünü, sömürenlerse her yerde egemen olan yegane burjuvazi kültürünü oluştururlar. Burada önemli olan burjuva kültürünün köy ve kent yaşantısına göre tarzının değişmeyerek egemen kültür olarak tepede kalmasıdır. Lenin'in dediği gibi; *“Demokratik ve sosyalist kültür öğeleri, kalıntı biçiminde de olsa her ulusal kültürde vardır... Fakat her ulus, salt öğeler biçiminde değil, egemen kültür biçiminde burjuva kültürüne sahiptir”* (Laclau; 1998: 146).

Frankfurt Okulu kuramcılarını burjuva kültürünü yıkıcı bir kültür olarak görmüştür. Zira burjuva kültürü günlük iş ve ticaret kısılcasına sıkışmış, bir iş günü içerisinde bastırılmış idealler ve arzular için dile gelmiştir, varolan toplumsal ilişkilere alternatif bir görüş oluşturmuştur (Erdoğan ve Alemdar; 2010: 274). Bu 19. yüzyıl ve sonrası için geçerli olabilir ancak, burjuva kültürünün önceki yüzyıllarda bilimsel bilgiye yaptıkları katkı da yadsınamaz. Marx, akılcılığı temellendirerek dünyayı anlama ve şekillendirme olanağı sunan, doğanın zaptı ve toplumu şekillendirmenin yolunu arayan burjuva anlayışını tasdik eder (Iggers; 2013: 149). Kültürel Marksçılığın çıkmasıyla beraber ise burjuva kültürü ve bu kültürün egemen değerleri temsil ederek hegemonya aracına dönüşmesi eleştirilir. Hatta Habermas da burjuva kültürünün karakterinden bahsederken şöyle der (2001: 804);

“Burjuva kültürü bir yandan, özerklik ve bilimsellik, bireysel özgürlük ve evrenselcilik, kendini çekincesizce, radikal bir biçimde ortaya serme iddialarında, kültürel bir rasyonelleşmenin ürünüdür; arkasında geleneğin otoritesi bulunmadığı için, eleştiriye ve özeleştiriye karşı duyarlıdır. Ama öte yandan bu kültürün soyut ve tarih dışı, toplumsal gerçekliğin ötesine uzanan ideallerinin normatif içeriği, sadece eleştirel olarak değiştiren bir pratiğin kılavuzluğuna değil, olumlayıcı, onaylayıcı bir pratiğin idealist bir biçimde güzel gösterilmesine de yarayabilirler.”

Bu kültürün ikili bir karakteristik yapısı olduğunu ve bu durumun Marx'tan Marcuse'ye kadar çalışılmış olduğunu söyler Habermas. İş bu hususta bizler de, bahsi açılmışken burjuva kültürünün karakterini incelemekte fayda görmekteyiz. Maddi kültürde burjuva kültürünün belirleyici özelliklerini Marcuse şöyle sıralamıştır (Marcuse; 1991: 77);

Dini ve etik zorlamalarla “varoluşsal” değer olarak para, iş, ticaret ile meşguldürler. Protestan etik gereği burjuva ticaret, birikim, yatırım gibi eylemlerle fazlasıyla meşguldür ve üretim tarzının kültürün belirleyicisi olduğunu göz önüne alırsak bu da burjuva kültürünün belirleyicisi olmuştur.

Bir diğer özelliği ise bu kültürün; “aile reisi” olarak yatırımcı ve baskın ekonomik, ruhsal işlevi olan bir baba. Bu baba ailenin refahının sağlayıcısı ve burjuvazide oldukça büyük öneme sahip aile yapısını bir arada tutan adamdır aynı zamanda.

Faydacı hedeflerin yeniden üretimi ve aile içine yansıtılması için düzenlenmiş bir otoriter eğitim de bu kültürün göze çarpan özelliklerindedir. Her burjuva çocuğu iyi eğitim alır, bir kaç dil konuşur, adap bilir ki bunlar eğitim gerektirir. Bu gibi eğitsel faaliyetler hem işin sonraki kuşaklarda devamlılığı, hem de aile içine dönük uygun davranışlar ve beklenen entelektüel ortamın sağlanmasında faydalıdır.

Marcuse, burjuva kültürünün karakteristik özelliklerini bu şekilde sıralamıştır ancak kanımızca burjuva kültürünü daha iyi anlayabilmek için daha mikro bağlamda ele almamız gerekmektedir. Örneğin, işçi kültürünün aksine burjuvazi kendini daha çok edebiyat, sinema ve gazetecilik üzerinden kurgular (Cuche; 2013: 110). Tüm bu türler entelektüel birikim ve ilgi ister. Bir diğer özellik ise Max Weber'in de kapitalist burjuvanın temel özelliği olarak gördüğü, kendini kontrol edebilme yetisidir. İyi bir burjuva hiç bir şartta aşırı tepkiler vermez, olgunluğunu bozmaz hatta ve hatta sofrada bunun en önemlilerindedir (Cuche; 2013: 110). Soykütüğü de belleğin sürdürülebilmesi için önemlidir. Çok gerilere giden bir soykütüğü geleneğin ve kültürün birikimi ne kadar güçlü olduğunu ifade eder (Cuche; 2013: 111).

Fakat yazımızın genelinde söz ettiğimiz gibi burjuva aynı zamanda aylak öznedir ve bu da kültürünün vazgeçilmez bir parçasıdır. Burjuva kültürü tamamıyla ideolojik değildir. Burjuva kültürü, burjuvanın salonlarda, okuma gruplarında, kulüplerde bir araya geldiği, üretim ve tüketim döngüsünce akıl yürüttükleri, işten bağımsız ancak bir o kadar da işin tamamlayıcı olarak boş zaman faaliyetleriyle çevrilmiştir (Habermas; 2003: 281). Burjuva boş zamanlarında kendi gibi tanışlarıyla bir araya gelir, gerek işin verimliliği, gerek bilim ve sanat üzerine entelektüel konuşmalar yapar. Ve bunu işin devamlılığının sağlanması adına bir verimli bir arınma aktivitesi olarak gerçekleştirir.

Fakat bu durum hep böyle devam etmemiştir. Burjuva kültürü de kendi içinde çözülmüş ve kitle kültürünün etkisi altında kalmıştır. Hatta Ivan Frolov (1991:273) Felsefe Sözlüğü'nde kitle kültürü için, burjuva kültürünün özgül bir işleyiş biçimidir, der. Kitle kültürü tüketim bağlamında burjuva kültürüne yakınsar belki ancak burjuvazinin de üst düzey beğenilerini düşürerek fazla demokratik ve içi boş bir kültürel alan açar. Yüksek kültürün o "yüce" sancağının taşıyıcısı burjuva kültürü çözünerek kitle kültürüne yenik düşmüş ve hiç aynı olmamakla birlikte işçiyle de ilk kez bir o kadar yakınsamıştır. Burjuva kültürünün çökünüşünü Marcuse şöyle maddeler (Marcuse; 1991: 78-79);

— Klasik "kapitalizmin ruhu" olarak "içsel asketizmin" tersine dönmesi; genişletilmiş sermaye birikiminin bir gerekliliği olarak "Keynesçi devrim";

— Egemen sınıfın bir "tüketim toplumunun" yeniden üretilmesine bağımlılığı; yabancılaşmış işgücüne duyulan kapitalist ihtiyaçla arasında gittikçe artan bir çelişki oluşturan bağımlılık;

— Davranışların kapitalist yörengeye yoğun olarak entegre edilmesini isteyen toplumsal ihtiyaca uygun olarak; eğitimden pozitivist idealist tasarımların kötülenmesi, "saf" bilimlerin yöntemlerinin toplumsal ve beşeri bilimlere girmesi;

— *Meta pazarını genişletebilecek özgürlükçü alt-kültürlerin atanması;*

— *Bujuva ailesinde baba imgesinin ve süperegonun çökmesi.”*

Tüm bu maddeler Marcuse’ye göre burjuva kültürünün çözünmesi ve kitle kültürüne yenik düşmesinin sebeplerindedir. Fakat burada dördüncü maddeye dikkat çekmek isteriz ki, burjuva kültürü daha çok mal satabilmek için alt kültürlerle yönelik üretim yapmaya başladığında kendisi de değerlerinden çok şey kaybetmiştir. Çünkü ürettiği şey genişleyerek artık onu da kaplamaya başlamıştır. Ayrıca kitle kültürünün göstergelerinden olan bireysellik artarak aile içi çözümlere de sebep olmuş ve son maddede bahsi geçen ve yukarıda da sözünü ettiğimiz bütünleştirici otoriter baba figürü ortadan kalkmıştır. Bununla beraber birinci maddede bahsi geçen, asketik yaşamın aksine üretimin bilimselleşmesi ve Keynesyen ekonominin yaygınlaşması artık “beruf” kavramının da içeriğini boşaltmıştır tüm müminler için. Çünkü üretim Tanrı’yı memnun etmekten, çok bağlamalı bir gereklilik haline gelmiştir. Tüm bunlarla beraber burjuva kültürü sermayeyi elinde bulunduran ancak tüm biricik zevklerinden arınmış garip bir sınıf haline gelmiştir.

Tüm bu saydıklarımız bir yana kitle kültürüne bu kadar da olumsuz bakmayan ayrı bir grup daha söz konusudur. Popüler kültür destekçileri ve eleştirenleriyle beraber çalışmamızın bundan sonraki kısmını oluşturmaktadır.

2.1.2.4. Popüler Kültür ve Aylaklık

Popüler kültürün ne olduğundan ziyade ne olmadığını anlatarak bu kısma başlamak daha yerinde olacaktır. Zira popüler kültür üzerine getirilmiş birbirinden farklı bir takım görüşler söz konusudur. Çalışmamızda da bu görüşlere kısmen yer vereceğiz ancak popüler kültürü televizyon bağlamında daha geniş ele alacağımız için bu kısımda derin felsefi, sanatsal ve sosyolojik tartışmalardan kaçınarak, popüler kültürün işaret ettiği kavramları açıklamaya çalışacağız.

Gordon Marshall da Sosyoloji Sözlüğü'nde popüler kültürü tanımlarken “yüksek kültür olmayandır” diyerek başlar (Marshall; 2005: 591). Marshall'a göre popüler kültür, yüksek kültürün değerlerinden uzak, kolay erişilebilir, eğlence esaslı bir kültürdür. Bu sebeple, yüksek kültürü yaşayan statü grupları seçkin müzik ve dans, ciddi ve ağır romanlarla vs. ilgilenirken, popüler kültür spor, televizyon, sinema ve kayıtlı popüler müziğin hakimiyetindedir. Bu sebeple denilebilir ki popüler kültür modern dönem için görülebilen; iç çatışmalarla birlikte tortusal, kendini üretebilen ve dışsal olarak üretilen öğelerin karmaşık bir bileşenidir (Williams, 1993: 228). Bunu biraz daha açmak gerekirse; modern dönem sonrası için tüm bu iç çatışmalar geçerlidir, çünkü insanların folk kültürden taşıdığı alışkanlıklar kent mekanın kültürel yapısıyla çatışma içindedir. Öyleyse burada önemli olan iki unsur vardır; bunlardan birincisi, popüler kültür tamamen egemenin kontrolünde üretilmemektedir ki bu yanıla kitle kültüründen büyük ölçüde ayrılmaktadır, ikincisi ise insanlar popüler kültürün üretilmesine etki edebiliyorlarsa eğer popüler kültür folk kültürde ve tarihin değişik zamanlarında görülebilir demektir. Mutlu; popüler kültürün moderniteyle ilgili olmadığını söyler. O'na göre Antik Mısır, Sümer, Roma, Asur'da da popüler kültür görülmektedir (Mutlu; 2004: 12). Popüler kültür bu toplumlarda gündelik işlerde çalışan kamusal nitelikli işçilerin alternatif bir alt-kültür oluşturmalarını engellemek için kullanılmıştır.

Antik imparatorlukların gevşek siyasi yapılarında alternatif kültürlerin oluşmasını engellemek için kentlerde kullanılan bu kültür imparatorlukların olası isyanları engelleyebilmeleri için bir araç olmuştur. Peki ya aksi olursa? Kültür, eğer başı boş kalırsa siyasal otoriteye karşı geliştirilen bir itaatsizlik biçimidir ve sivil alanları elde tutmanın yollarından biridir. Tıpkı Dadaloğlu, Pir Sultan gibi siyasal otoriteye bir başkaldırıya dönüşür. Peki Pir Sultan'ın ortaya koyduğu kültürel ürünler her ne kadar bir isyana işaret etse de popüler değil miydi? O zaman egemen sistemden farklı bir alt kültür oluşması durumunda isyan da kaçınılmaz oluyor. Geçmişte Yunanistan'da devlet yapılarından uzaklaştırılmış halkçılar, nihayetinde devleti ele geçiren milli popüler kültürü inşa etmişlerdir (Jusdanis; 1998: 227). Bu sebeple halk tarafından oluşturulabilecek bir kültür iktidar eksikliğini telafi etmez. Yani kültür, her ne kadar onu üretse de halkın kontrolüne bırakılmaz der egemen anlayış. Bu yüzden

popüler kültür de halkın içindedir ancak siyasi erkin denetiminde sermayenin üretimindedir.

O zaman popüler kültür için iki bileşen vardır; halk ve egemen sistemler. Örneğin; 2018-2019 yayın sezonuna oldukça hızlı giren “Zuhal Topal’la Sofrada” programına kısaca değinecek olursak, programda beş kayınvalide ile her gün bir gelinin evine konuk olan sunucu ve ekibi burada gelinlere eleştiriler getirmektedir. Gelinin kayınvalidesi ise gelini “kaynana jürisine” karşı savunmaktadır. Öncelikle; gelinlerin, kayınvalideleri tarafından eleştirilmeleri bir gelenektir. Kayınvalideden görerek öğrenmek de kabul edilebilir göreneklerdendir. Bu sebeple halk kültürüne ait olanı, yani halkın aşına olduğu ve kabul ettiği değerleri alan program onu popüler hale getirerek televizyonlarda yayınlıyor. Böylece bir popüler kültür ürünü daha işbirliğiyle ortaya çıkmış oluyor. Fakat burada “halkın isteği” anlamını çıkartmamız yanlış olur. Zira tüm bu yayınlar tezimizin en başından beri dile getirdiğimiz bireyi “doğru bilinci üretmekten” alıkoyar. Çünkü burada “halkın istediğinden” çok “halkın aşına olduğu” dolayısıyla izlenmesine kesin gözüyle bakılan komik bir format ve ödül ile boş zaman öldürme aracı olarak izleyiciye sunulur. Bu da yine çalışmamızın başından beri bahsettiğimiz düşünürlerin toplumun boş zamanlarına dair kurdukları hayallerin aksine işleyen bir sistemdir. Ayrıca bu sistem de reddedeci olmak gibi bir lüksünüz yoktur. Çünkü, feodal bir geçmiş yaşamamış, göçlerle şekillenmiş toplumlar (günümüz kentleri gibi) halkın eşitliğe bağlanma eğilimi gösterdiği toplumlardır. Kişilerarası eşitliğe teşvikte bulunan popüler kültür, kişilerarası ilişkilerde hiyerarşiyi ve dışlayıcılığı azaltır (Turner; 1997:25). Bu sebeple o programı seyretmeme, o reklamdaki ürünü kullanmama, o müziği dinlememe kısacası herkes onu yaparken ayrı kalma ve öz seçimlerinle toplumsallaşabilme şansınız yoktur.

Popüler kültür, bu yanıyla kitle kültüründen ayrılmaktadır. Her popüler kültür kitle kültürü tarafından kapsanır ancak kitle kültürü kadar yıkıcı olmamakla birlikte kaynağını toplumdan alması sebebiyle farklılaşır. O zaman şöyle bir tanım da getirebiliriz; popüler kültür alt sosyal grupların kültürleridir ve ne tam bağımlı, ne tam otonom, ne sırf taklit ne de sırf yaratıcılık olarak ortaya çıkar. Her özgün kültürün orjinal unsurları, dışarıdan gelen unsurlar, öz buluş ve dış katkılarla meydana gelmiş bir kültürdür. Meşru kültürün kötü kopyalarıdır (Cuche; 2013: 97). Meşru kültür;

güzel sanatlar dediğimiz yüksek kültüre benzemektedir, benzer türlerde üretimleri bulunur ancak bunlar alt paydada beğeniye hitap etmektedir. Bu türlere göz atarak, popüler kültür dönüşümü sırasında yaşadıkları değişimi incelememiz, ürünleri sınıflandırmamız için faydalı olacaktır. Zolberg bu türleri ve geçirdikleri dönüşümleri karşılaştırmalı olarak şu şekilde tablolastırmıştır (Zolberg; 2013: 149);

Tablo 2: Güzel Sanatlar ve Popüler Kültür Ürünlerinin Karşılaştırılması

Güzel Sanatlar	Popüler Kültür
Özgün veya Canlı Çalışmalar	
Senfonik Müzik, Oda Müziği	Popüler Müzik, Halk Müziği
Opera	Müzikal Komedi
Ciddi Akademik Çağdaş Müzik	Caz
Müze veya Galerilerdeki Eserler	Fuar veya Dükkanlarda Satılan Eserler
Kamusal Alandaki Anıtlar	Mezar Taşları
Bale	Dans Gösterileri
Modern Dans	Halk Oyunları veya Etnik Danslar
Ciddi Drama	Melodram
Deneysel Tiyatro	Hafif Komediler
Yeniden Üretilen Çalışmalar	
Televizyon – Eğitim Kanalları	Televizyon – Hafif Programlar
Sanat Filmleri ve Klasik Filmler	Popüler Eğlencelik Filmler
Ciddi Romanlar/Düzyazı	Piyasaya Yönelik Romanlar/Düzyazı
Sınırlı Sayıda Dağıtılan Dergiler	Geniş Dağıtım Ağına Sahip Dergiler
Şiir/Edebiyat Eleştirisi	Tanıtım Yazıları
Sanatsal Çizgi Romanlar	Geniş Dağıtım Ağına Sahip Çizgi Romanlar

Tabloda görüldüğü üzere, anlaşılması için ciddi bir altyapı gerektirmeyen, daha az dikkat ve tüketimi kolay olan türler popüler kültürü meydana getirmektedir. Bu durum da daha önce bahsettiğimiz, popüler kültürün halkı en alt paydada birleştirerek tek seferde daha çok ürün satabilmesiyle ilgilidir. Tabii bu durum seçkinler için geçerli değildir. Belli bir kapitali ve boş zamanı elinde bulunduran aylak; sanat eğitimi alabileceğinden, sanatı tatbik edecek vakte sahip olduğundan ve daha önemlisi

toplumdan dışlanma korkusu olmadığı için – ki etrafındaki insanlar da hep onun gibidir – güzel sanat eserlerini idrak edebilir. Halkın geri kalanı zaten güzel sanatlarla ilgilenecek kadar zengin değildir. Bir şekilde imkanlarını yettirdiğini farzedelim; mevcut eşrafından dışlanmamak adına eski alışkanlıklarını sürdürmeye devam edecek, belki yakınsadığı diğer çevre tarafından “avam” olmakla itham edilecek ancak mevcut düzen ona bir çıkış yolu tanımayacaktır. Dolayısıyla fakirlikte veya sonradan görme zenginlikte popüler kültür kendine hep pazar bulacaktır. Hatta ve hatta bunu kimi zaman bildiğimiz anlamda, kimi zamansa şu an bizlerin yaptığı gibi kendini eleştirerek yapacaktır. Habermas’ın “popüler öc alma olarak popüler kültür” dediği şey tam olarak budur (Habermas; 2001: 847). Tıpkı Okan Bayülgen’in bir dönem televizyonda kendi programı için “Yapacak daha iyi bir şeyiniz varsa bu programı izlemeyin” demesi gibi, popüler kültürü, popüler kültür aracılığıyla eleştirerek “popüler öc alma” yolunu seçerek muhalif bir tutum oluşturmak da popüler kültürün pazarlama araçlarından biridir.

Popüler kültür çeşitli yollarla – televizyon, radyo, sinema - gündelik hayatımıza sahip olur ve edimlerimizi kontrol altına alır. Bizler de çalışmamızın bundan sonraki kısmında popüler kültürün bayrak taşıyıcılarından televizyonu, izleyici ve popüler kültür bağlamında ele alacağız. Öncelikle televizyonun popüler kültürle olan ilişkisinden bahsedeceğimiz çalışmamızda, ardından televizyonu gündelik hayat ve boş zaman aracı olarak araştıracağız ve ritüelleştirme kavramını ele alacağız. Hemen ardından ise aylak karakterlerin televizyonda nasıl temsil edildiği araştırmaya çalışacağız.

2.2. KÜLTÜREL BİR ARAÇ OLARAK TELEVİZYONA DAİR KURAMSAL VE KAVRAMSAL YAKLAŞIMLAR

Televizyonu kültürel bağlamlarıyla ele alacağımız çalışmamızın bu kısmında, teknoloji gelişirken, değişen toplum ve televizyon içeriğine değineceğiz. Zira televizyon her şeyden önce bir makine, bir araçtır. Önemli olan ise insanın makine ile kurduğu ilişkidir. Televizyon bilimsel ve teknik araştırmalar sonucu icat edilmiş, bir eğlence ve haberleşme yolu olarak gelişmiştir. Ardından ise televizyon sadece diğer eğlence ve haberleşme araçlarına onların geçerlilik ve önemlerini azaltarak etki

etmekle kalmamış; aile yapılarına, kültürel ve sosyal yaşama da etki ederek öngörülmeven sonuçlar meydana getirmiştir (Williams; 2003: 11). Öyleyse televizyon asla tek başına teknolojik bir cihaz olarak değerlendirilmemelidir. Zira televizyon hem toplumu dönüştürmüş hem de daha önceki kısımlarda ele aldığımız modern aile prototipini meydana getirmiştir. Kentlerin yeniden şekillendiği, sanayi çağının çok kültürlü ortamında, tek kültürü üretme çabasında olandır televizyon. Ayrıca; teknolojik bir buluş nasıl olur da insanlara canlı canlı savaşlar izlettirip, “Bağdat Noel ağacı gibi yanıyor” benzeri mesajlara karşı duyarsızlaştırmıştır, merak uyandırandır.

Aslında bunların hepsi televizyonun kültürel boyutlarıyla alakalıdır. Ses dalgalarının iletebilmeyi başaran insanoğlu daha çok duyuya hitap edecek ses ve görüntü aktarımını teknolojik bir buluş olarak sunarken, öngörülemez sonuçları nasıl hesap edebilirlerdi? Bizler de bu durumu anlayabilmek için çalışmamızın bu kısmına televizyon yayıncılığına getirilmiş çeşitli kuram ve kavramlara değineceğiz

2.2.1. Televizyon ve Popüler Kültür İlişkisi

Popüler kültürü irdelediğimiz başlıktaki bilgilerin ışığında; popüler kültürün, yüksek kültür olmamakla birlikte, alt kültür de olmayıp, alt kültüre dokunan egemen sistemin eliyle şekillendirilmiş kitleyi kontrol etmek ve ondan fayda sağlamak için üretilmiş bir kültür olduğundan bahsetmiştik. Öyleyse televizyonun da bu kültürün taşıyıcısı olmak için egemenlerin elinde olması gerektiği anlamı çıkmaktadır. Çünkü teknolojik gelişmeler göz önüne alındığında televizyon, ses ve görüntü iletmesi açısından egemen değerleri ve yargıları daha etkili kanallarla taşınması daha olasıdır. Peki bu durum gerçekten böyle midir? BBC'nin kuruluşundan bahseden Williams; devlet ve paydaşlarının kuruluşun yayın hayatına başlamasındaki rollerinden şöyle bahseder (Williams; 2003: 28);

- Sanayi toplumu olarak dönüşümünü, görece küçük bir coğrafyada yaygın bir iletişim ağıyla tamamlayan İngiltere, kültürünü “millileştirmiş” ve bu durum da ulusal

ağırlıklı bir basına yol açmıştır. Bu da şu anlama gelmektedir; etkili iletişim kanallarıyla İngiltere “milli kültür” dedikleri kitle kültürünü zaten basın yoluyla kurmuştur. Bunun radyo veya televizyona taşınması bu kültürü özümsemiş kitleyi göz önüne alırsak hiç de yadırganacak bir şey değildir.

- Milli kültürün baskın uyarlaması yönetici sınıf içinde zaten kurulmuştu. Bu da halka hizmet sağlayan iletişim araçlarının mesaj içeriklerinin şekillenmesinde; halkı daha iyi anlayıp, daha isabetli söylemlerde bulunmak gibi bir fayda getirecektir.

- Bu yapılanma ve atamalar, devletçe finanse edilen bir kamu kuruluşunun çıkmasına izin vermiştir. Bu yapının bağımsızlığında, siyasi partilere mesafeli duruşundan bahsedilir. Ancak geçici yönetimlerle bunun ne kadar mümkün olacağı tartışma konusudur.

Fakat sonuçta BBC de kapitalist toplumda gelişmiş bir kurumdur ve devletin paydaşı durumundaki kapitalist çıkar sahipleri sınırlı bir güçler ayrılığıyla korunuyordu. Bu iki yönden sakıncalıdır; birincisi devletin “milli kültür” üzerinden yayın yapması ikincisi ise kapitalistin kar amaçlı yayınlarda ısrarcı olması. Bazı Batı Avrupa ülkelerinde – halen daha, özellikle Kuzey Avrupa’da – devlet yayınlara bizzat karar vermektedir. Ayrıca bu faşist veya sosyalist toplumlarda da ayndır. Her yerde iktidar “milli kültür” dediğimiz popüler kültürü egemen değerler sistemi, ortak zevkler ve tüketim alanları olarak televizyon üzerinden sunmaya devam eder.

Bu devletin kendini güvenceye almak için ürettiği kültürün yayılımıdır. Fakat asıl topluma yeni dünyalar sunan yegane gelişme televizyonların özelleşmesiyle mümkün olmuştur. Televizyon yayıncılığının özelleşmesi, televizyonun popüler kültür aracı olarak gelişmesinin ikinci ayağını meydana getirmektedir. Devlet, televizyonları, ne kadar kitleyi kontrol altında tutma ve propaganda yapma amaçlı kullandıysa, özel kanallar da o kadar izleyiciden faydalanma ve alternatif bir yaşam tarzı üretmeye çalıştılar. Buradaki amaç; televizyona para harcayan yatırımcının, harcadığını geri kazanmasıydı. Yani, reklam.

Televizyonun özelleşmesi ve hedef etkinin yaratılmasındaki başarısı reklam verenleri memnun etmiş, tek vuruşta milyonlarca kişiye ulaşma imkanı bulmuşlardır (Güneri Fırlar; 2009: 113). Her ne kadar kablolu kanalların çoğalmasıyla kişi sayısı düşmüş olsa da reklamın birden fazla kanala verilmesiyle, yani mecranın genişlemesiyle, aynı reklamı totalde izleyen kişi sayısı artmıştır. Ayrıca tematik kanalların ortaya çıkışıyla da hedef kitle daha iyi belirlenebilir hale gelmiştir. Bu durum, yani reklamların egemen yayıncılık anlayışında fazlaca yer alması toplumu tüketim bağlamında harekete geçirerek daha önceki kısımlarda bahsettiğimiz üzere bireysel, hazcı toplumu yaratır ve bu da popüler kültürün yarattığı birey stereotiplerindedir. Fakat televizyon-reklam ilişkisinin toplum yapısını değiştirmedeki gücü – en önemli kısmı olsa da – sadece tüketim bağlamında mıdır?

Ünsal Oskay, tefrika romanlardan bahsederken, gazete ve dergilerin reklam gelirlerinin artmaya başlamasıyla, yazarların da daha iyi paralar almaya başladığını ve bu karşılıklı çıkar ilişkisi içerisinde romanların düzenle bütünleşmeye başladığını söyler (Oskay; 2010: 252). Aslında, bu durum kitle iletişim araçlarının tümü için geçerlidir. İlgi çeken yayınlar daha çok izleyici, daha çok izleyici daha çok reklam, daha çok reklam daha çok yayın üçgeninde süreç işlemeye devam eder. Ancak burada önemli olan bir başka şey Oskay'ın dediği gibi, nasıl ki para kazanmaya başlayan yazarlar gerek refah seviyelerinin artması – ki bu daha az kaygı ve çatışma demektir – gerekse de patronlarını memnun etmek için düzenle uyumlaşmaya başladılarsa, televizyon yayınları da benzer süreçleri yaşamaktadır. Yapımcı gerek kapitalistin, gerekse de siyasi erkin çıkarlarıyla ters düşecek yayınlardan kaçınarak daha çok kar elde edebilmeyi amaçlamaktadır. Bu da egemen değerlerin tepeden topluma taşınması anlamına gelmektedir. Popüler kültürün alt yapısını toplumdaki alarak onu egemen anlayışın kalıplarına sokup halka indirdiğinden bahsettiğimiz gibi bu karmaşık sistem de “halkın hikayelerinin” halka “egemen kültür” süzgecinden geçirilerek “kendi kültürü” gibi sunulmasındadır ki bu da günümüz toplumlarında değerleri ve tutumları tehdit edici niteliktedir.

Bu durum öncelikle toplumda bağımlılık yaratır. Toplumun bağımlı kısmını oluşturan kitleler içinde yaşadıkları ve değiştirmeye güçlerinin yetmeyeceği gerçekliklerden televizyon programlarına kaçışla kurtuluş bulacaklardır (Güllüoğlu; 2012: 76). İzleyici bu kaçışla hem gerçeklerin üstünü örtecek, hem alternatif bir gerçeklik kuracak hem de popüler olanla bütünleşecektir.

Kendi hayatından sıkılan izleyici televizyonda, yüksek mevkidekilerin ve onların yaşam biçimlerinin daha heyecan verici, tantanalı ve aşırılığın had safhada olduğu sahnelerle sunulmuş yayınları tercih eder (Yasak Elma, Aşk-ı Memnu vb.). İzleyici bu yolla kendi tutku, dilek, hayal ve özlemlerini tatmin etme yolu elde ederken kurduğu özdeşimle de bu tutumlarının manipüle edilmesine imkan vermiş olur. Ayrıca magazin programları da kaçığın başka bir ilgi alanıdır. Ünlüleri, şöhret dolu, eğlence ve keyif dünyasına dalarak kendi yaşamının sıradanlığından kurtulmaktadır (Mutlu; 2005: 102). Bu durum izler kitlenin popüler kültürle olan bağıını güçlendirirken, kaçma ihtiyacı, toplumu görünmez prangalar takarak itaat kültürünün gönüllü köleleri haline getirir. Artık gerek küresel gerekse milli kültürün istediği itaatkar bireylere dönüşüp kendi hayatını ona göre organize eder, kaçış için televizyon programlarında soluğu alır, kendi hayatını programdakilere yakınsayabilmek için bir tüketim alanı haline getirir.

Televizyon tüm bunları yaparken, yayın içeriğini bir kodlar sistemi olarak kurmaktadır. “Metin” diyebileceğimiz bu sistem televizyonun içeriği olan tüm söylemler, ikonlar, diğer görseller hatta renkleri bütün olarak içermektedir. Biz de bu sebeple, popüler kültürün hegemonya savaşı meydanındaki silahı durumundaki televizyon metinlerini bundan sonraki başlığımızın konusu yaptık.

2.2.2. Televizyonun Metin Olarak İncelemesi

Buraya kadar ele aldığımız kültür kavramıyla ilgili, kültürün hemen hemen bir tür “konuşma” biçimi olduğunu iddia etmemiz çok da yanlış olmaz. Kültür, bir yaşam

tarzı olduğu kadar kodlar ve simgeler bütünü, bir ifade aracı, kaygı taşıyan bir yapıdır. Televizyon da bir kültürel araçtır. Bunun en büyük göstergesi de diğer kültürlerde olduğu gibi “söylem” barındırmasıdır. Diğer kültürlerin kodlarına benzer şekilde bir kamusal söylem biçimidir. Biz de bu kamusal söylemin mahiyetini inceleyerek anlamaya çalışacağız.

Postman (2018: 16-17) bu durumu televizyonun atası sayılabilecek bir iletişim aracının söylem içeriğiyle, söylem-görüntü ilişkisi bağıntısını kurarak açıklamaya çalışmıştır. Postman bu örneğinde; bir Cherokee filozofunu örnek verir. Eğer bu filozof düşüncelerini zamanın popüler kitle iletişim aracı dumanla duyurmaya kalksaydı muhtemelen ikinci aksiyomuna geçmeden elindeki odunlar tükenecekti. Yani görsellekle iletilebilecek metin – söylem – sınırlı kalacaktır. Çünkü dumanın taşıdığı kodlar bütünü sınırlıdır. Dolayısıyla karşılıklı iki dumanla bir felsefi tartışma yapılamayacak ve insanlar da bunu “izleyemeyeceklerdir”. Daha farklı bir örnekle devam eden Postman; ABD Başkanı William Howard Taft’ın günümüz televizyonlarında yer alsaydı başkanlık şansının oldukça düşeceğini söyler. Zira 1909-1913 yılları arasında başkanlık yapmış Taft 150 kiloluk devasa bir adamdır ve televizyonda söylem büyük oranda görsel imajla yansıtıldığı için, Taft’ın fikirleri radyo, gazete gibi araçlarda yer aldığı kadar ön plana çıkamayacaktı. Radyo ve gazeteyle fikirler en saf haliyle iletilebilecekken, televizyon işin içine girdiğinde görselliğe dayalı önyargılar devreye girecektir.

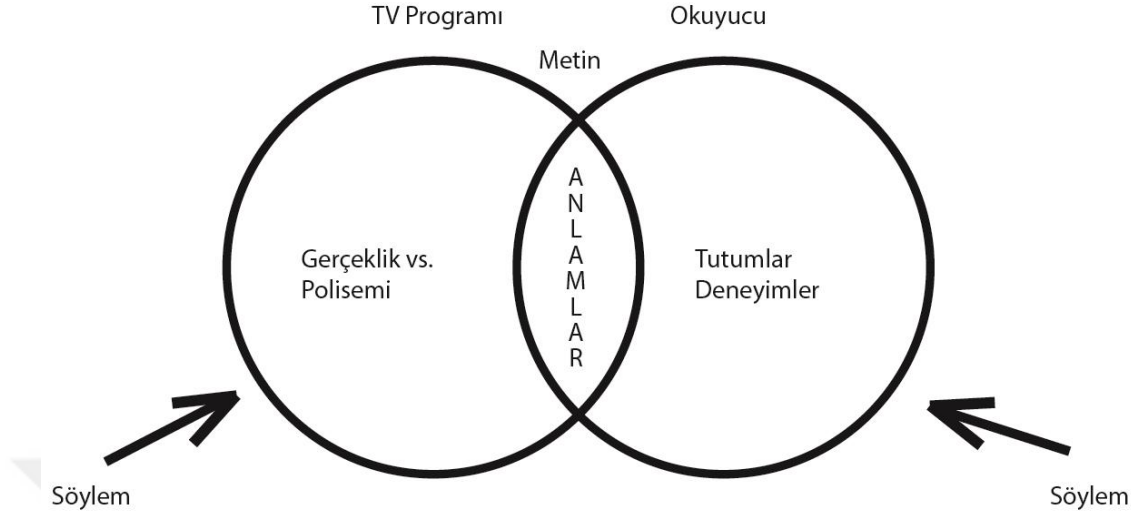
Küresel bazda tipografi çağının gerilediği ve televizyon çağının yükselişte olduğunu – ki yeni medyayı televizyonun da önüne alabiliriz ancak içeriği bakımından bu başka bir çalışmanın konusu olabilir – bugünün dünyasında televizyon söylemleri yazılı basının oldukça önüne geçmiştir. Ancak örnekten de anlaşılacağı gibi görsel kültürün taşıdığı söylem hep sınırlı ve dikkati görsellere çektiği için içerik olarak zayıf kalacaktır. Bu örneği başa almamızın sebebi ise, televizyon söylemini ve anlamlandırma sürecini bunu göz önüne alarak değerlendirecek olmamız. Zira bir çok kuram ve model, mecraanın özelliklerini gözardı eder. Ancak biz bugün yeni medya kullanan insanlar olarak tipografik ortam ve piksel verinin ayrımının daha iyi farkına varan ve dikkatlerimizi ona göre organize eden bir toplumuz. Fotoğrafsız haberin dikkat çekmemesi, haberde video varsa metnin arka plana atılması, hatta ve hatta espri

anlayışının fikra ve sözlük entrylerinden “capslere” kayması gibi, görselliğe gösterilen ilgi televizyon için de gösterilmektedir.. Televizyon da görsel ve ses özelliğiyle ön plana çıkmış ve söylemlerini görsel imkanlarıyla organize etmiş bir araçtır.

Televizyon metinleri, görselliğiyle, içeriğiyle, sesiyle bir kodlar bütünüdür ancak bu sadece dillerde kodlanmış metinler değildir. Okuyucular tarafından atfedilen anlamlarla birleşen, anlam oluşumlarıdır (McQuail ve Windahl; 2010: 185). Daha önce dediğimiz şeyle aynı aslında, siz televizyonda ne verirsiniz verin izleyici yayınla bağımlı da olsa farklı anlamlar çıkaracaktır. Fiske de bu durumu “söylem” kavramıyla açıklamaya gitmiştir. Söylem, Fiske’ye göre, söyleme maruz kalma süreci iki aşamalı olur. İzleyenin müzakere süreci dışarıdan aldığı, eğitim, meslek, siyasi bağlılık, coğrafi bölge, din, aile gibi etmenlerin sağladığı bilgi, dünyayı kavramsallaştırmasına yardımcı olacak söylemler üretmesine yardımcı olur (Fiske; 2003: 149). Hal böyle olunca izleyicinin okuduğu metin, dışarıdan aldığı metin ile müzakereye girer ve ortaya çıkan sonuç anlamdır. Fiske’nin “anlamın toplumsal belirlenimi” diye adlandırdığı bu süreç, Morley’in meşhur Nationwide araştırmasında elde ettiği bilgiler ışığında kuramsallaştırılmıştır. Araştırma sonucunda farklı sosyo-ekonomik sınıftan olan izleyicilerin tümü aynı metni izleyip farklı çıkarımlarda bulunmuşlardır.

Fiske bu bağlamlar neticesinde “söylem” kavramını, metin üretim sürecini incelemede temel olarak ileri sürer. “Söylem modeli” denilen süreç Fiske tarafından şu şekilde şematize edilmiştir (McQuail ve Windahl; 2010: 186);

Şekil 1: Kitle İletişim Araçları Söylem Modeli



Modele göre televizyon da izleyici de dışarıdan belli söylemlere maruz kalırlar. Ardından Televizyonun yarattığı gerçeklik ve anlam çokluğu, izleyicinin tutum ve deneyimleriyle karşı karşıya kalır. Bu iki kümenin kesişmesiyle ortaya çıkan anlam; televizyondaki polisemiden izleyicinin alımladığı kısımlardır.

Televizyon metninin etki sınırları belirlidir ancak bu modelde “izleyici sadece istediğini alır” gibi bir anlam çıkarılmamalıdır. Çünkü popüler kültür her şeyiyle bir bütündür, televizyona gelen söylemle, izleyicinin maruz kaldığı söylem de popüler kültürün birer ürünüdür. Fakat şöyle bir fark vardır ki televizyonun kendisi araç olmanın yanı sıra, anlam yaratan başlı başına bir söylemdir. Ayrıca daha önce bahsettiğimiz gibi, örgütlülüğünü yitiren ve atomize hale gelen emek kitle iletişim araçlarının mesajlarına daha çok açıktır. Tam şu anda bunu açıklamamız daha anlamlı olacaktır ki; örgüt içindeki dayanışmada söylem alamayan birey bu açığı kitle iletişim araçlarıyla kapatır. Zaten sermaye, dolayısıyla popüler kültürün elinde olan televizyon da tüketime ve itaate yönelik değerleri işlediği varsayılırsa artık emeğin ürettiği anlamların tamamını televizyon şekillendiriyor demektir. Ancak bu her zaman haberlerle yapılmaz. Televizyon dizi, yarışma gibi formatlarla izleyicinin hayatının tamamına saldırır ki bunlar genelde birbirine benzer kodlarla yapılmaktadır.

Fiske, bu “benzer” anlatı yapısı üzerine yaptığı araştırmalarda, televizyon yayınlarının benzer, tekrarlanabilir yapılardan oluştuğunu tespit eder (Özsoy; 2011: 83). Masallarda rastlanan bu anlatı yapısı basit, yeniden üretilebilir ve daha önemlisi en düşük beğeni ve ilgiye hitap edecek şekilde kurgulanabilmektedir. Bütün metinleri elbette aynı yapı üzerinden değerlendiremeyiz ancak Propp adında bir araştırmacı halk hikayelerinden yola çıkarak kurgusal anlatıların benzer kodları taşıdığını tespit etmiştir. Ve ne hikmetse James Bond filmleri ve ulusal haberlerin kurgusu dahil bu morfolojiye uymaktadır (Berger; 2014: 103). Televizyon metinleri de dizileri, filmleri hatta haber içeriklerini dahi büyük oranda bu analiz üzerine kurgulanır. Bu sebeple televizyon içerikleri birbirinin aynıdır. Hatta Raymond Williams’ın “akış kuramı” içerisinde bahsettiği gibi tüm parçalar bir bütüne hizmet etmektedir; tüm reklamlar, fragmanlar, haberler, filmler hepsi birer parça, akış ise sabit kalan bütündür. (Arık; 2011: 134). Kanal değiştirme özgürlüğünüz vardır ama akıştan kaçmak imkansızdır.

“Propp’un 31 Karakter İşlevi” adı verilen bu şemayı televizyon yayınlarını daha iyi anlamak için bir rehber olarak paylaşmak isteriz. Çünkü televizyon yayınlarının tek tipliği ve birbirine olan benzerliğini tartışırken gözümüzün önünde bir rehber olarak listenin yer alması yerinde olacaktır.

Tablo 3: Propp’un 31 Karakter İşlevi

İşlev	Tanım	
	İlk durum	Aile üyeleri tanıtılır, kahraman tanıtılır.
1	Bulunmama	Ailenin bir üyesi eksiktir.
2	Yasaklama	Yasaklama kahramana bildirilir.
3	İhlal	Yasak İhlal Edilir.
4	Keşif yapma	Kötü adam bilgi almaya çalışır.
5	Teslim	Kötü adam kurban hakkında bilgi alır.
6	Hilekarlık	Kötü adam kurbanı aldatmaya çalışır.
7	Suç ortaklığı	Kurban aldatılır.
8	Alçaklık	Kötü adam aileden birinin zarar görmesine neden olur ya da;

	Yoksunluk	Ailenin bir üyesi bir şeyden yoksundur, bir şey ister.
9	Arabuluculuk	Felaket bilinir, kahraman gönderilir.
10	Karşı atak	Kahraman (arayan) karşı atağa karar verir.
11	Hareket	Kahraman evden ayrılır.
12	Birinci bağış işlevi	Denenen kahraman sihirli güç ya da yardımcı alır.
13	Kahraman tepkisi	Kahraman sihirli güç veya bağışa tepki verir.
14	Gücün alınması	Kahraman sihirli gücü kullanmayı benimser.
15	Mekansal değişim	Kahraman aranan şeyi bulur.
16	Mücadele	Kahraman ve kötü adam çarpışır.
17	Dağlamak	Kahraman dağlanır.
18	Zafer	Kötü adam yenilir.
19	Yok etme	İlk felaket ya da eksiklik yok edilir.
20	Dönüş	Kahraman döner.
21	Kovalama, takip	Kahraman takip edilir.
22	Kurtarma	Kahraman takipten kurtarılır.
23	Tanınmayan geliş	Tanınmayan kahraman eve veya başka bir yere gelir.
24	Asılsız iddia	Yanlış kahraman asılsız iddialar sunar.
25	Zor görev	Kahramana zor bir görev verilir.
26	Çözüm	Görev halledilir.
27	Tanıma	Kahraman tanınır.
28	Ortaya çıkarma	Yanlış kahraman ya da kötü adam ortaya çıkar.
29	Dönüşüm	Kahramana yeni bir görünüş verilir.
30	Ceza	Kötü adam cezalandırılır.
31	Evlenme	Kahraman evlenir, tahta çıkar.

Bu tablodaki adımlar, hepsi veya bir kısmı kullanılarak bir metin oluşturulabilir. Fakat aksi bir örnek vermek gerekirse; Kate Winslet’ın başrolünde oynadığı “Düşlerin Terzisi” filminde “kahraman geri döner” ve bu durum hikayenin başlangıcıdır. Hikaye yirminci adımdan başlar ve daha sonra annesinin yoksunluğuyla sekizinci adıma gider.

Bu adımlar kısmen alınarak, karıştırılarak veya olduğu gibi kullanılarak da yeni metinler üretilebilir. Ancak daha önce kültür endüstrisiyle ilgili başlıkta bahsettiğimiz gibi birbirinden farklı eserler, aynı ölçüde de birbirinin aynıdır. Birbirinden farklı şarkıların aynı akor dizisinde olması, bu şarkıların birbirinden farklı değerlendirilmesine sebep olmakta ancak teknik olarak hepsi birbirinin aynıdır. Televizyonda da metinler her biri birbirinden farklı olsa da aslında teknik olarak aynıdır. Basit bir yapısı vardır, rahat anlaşılabilir. Tabii bu tek çözümleme yöntemi değildir, Saussure, Levi- Strauss'un da metin ve karakter analiz yöntemleri vardır. Bunlar Propp'un yöntemine göre uygulanması daha zor ve altyapı gerektiren yöntemlerdir ancak konumuzun bağlamını aştığı için yer veremeyeceğiz.

Televizyonlar aslında çok önemli bir işlevi yerine getirirler ancak bunu yaparken çoğunlukla halka karşı sorumluluk duymak yerine kapitalist paydaşlara verdikleri hizmetle yayın metinlerini muhafazakar bir dönüştürme aracı olarak kullanırlar. Metinler okuyucuyu yeni dünyalarla tanıştırır onu tüketim kalıpları ve yeni hayat tarzları arasında bir yolculuğa çıkarır. Aslında bu yolculukta çok şey “öyleymişçesinedir” ve kaçışa yardım eder. Bizler de bundan sonraki başlığımızda bu alternatif gerçekliği daha iyi anlayabilmek için simülasyon evrenini inceleyeceğiz.

2.2.3. Televizyon ve Simülasyon Evreni

Orson Welles, 1930'lardaki ünlü radyo yayınında dinleyicilere, Dünya'nın Marslılar tarafından işgal edildiğini söyler ve bu asılsız habere dinleyicileri inandırır. O zamanlar, dinleyiciler için bu durum başlı başına, aksini kanıtlayamayacakları bir simülasyondur (Danto; 2012: 43). Çünkü ne tek bir Marslı görmüşlerdir ne de saldırıya uğradıklarını sadece sokağa bakarak tespit edebileceklerdir. Eğer bu bir televizyon yayını olsaydı “Mars'lı saldırısı” haberinin görüntülerle desteklenmesi gerekirdi ve bu durumda haberin inandırıcılığını kaybetmesi işten bile değildi. Peki öyleyse insanlar sadece tek duyuya hitap eden eksik enformasyonla mı ikna olurlar yoksa televizyonda görünen her şey gerçek midir? Bazen insanlar kandırılmaya gönüllü olur ve televizyon başlı başına bir kurgu dünya sunar. Bu başlığımız da bu sebeple “simülasyonlarla”

ilgili. Zira, Welles'in harika performansına inanan insanlar, günümüz televizyon izleyicilerinden daha masum olabilir.

Öncelikle simülasyon kavramını tanımlamamız gerekirse, onu kuramsallaştıran araştırmacıdan bahsetmemiz gerekmektedir. Jean Baudrillard 1983 tarihli eseri "Simülakrlar ve Simülasyon'da" günümüz toplumlarının gerçek olandan çok, semboller, imajlarla yaşadığını, tüm bunların somut ve gerçek olanın yerini aldığını söyler (Cevizci; 2018: 1280). O'na göre günümüz toplumları sanal bir gerçeklikte yaşamaktadır. Ürün ve hizmetlerin ticaretinden çok imajları satın alan toplum ihtiyaçlardan ziyade yaratılmış arzuları tatmin yoluna giden, kitle iletişim araçlarına da aynı arzu ve iştahla yaklaşmakta ve bir imajlar dünyasında simülasyonu yaşamaktadır.

Örnek vermek gerekirse; televizyonda sergilenen doktor imajının – yani simüle edilmiş doktor – bazı durumlarda gerçek doktor gibi kabul edildiği olmuştur. Amerika'da, Dr. Welby rolünde oynayan Robert Young binlerce hayranından, kendisinden tavsiye isteyen mektuplar almıştır. Aynı zamanda dedektif ve avukat rollerinde oynayan Raymond Burr, 1960lar'da hukuki tavsiye isteyen mektuplar, 1950ler'de ise dedektiflik teklifleri almıştır (Best ve Kellner; 2016: 149). Bu durum göstermektedir ki, televizyon izleyicisi, bir zaman sonra gerçekle kurguyu ayırt etmekte zorlanmaktadır. Ayrıca profesyonel mesleğini gerçekleştiren oyuncular rollerinden ayrı düşünememekle birlikte – belki de "bu rol onun üzerine yapıştı" dediğimiz şey de tam olarak budur – televizyonun kurduğu imaj bir zaman sonra gerçeğin yerini almaktadır. Hatta öylesine yerini almaktadır ki artık insanlar gerçeği reddeder hale gelirler.

Baudrillard aynı hususta, "Loud Ailesi" olayını örnek verir. Yedi ay aralıksız filme alınan aile, 300 saatlik bir çekimle televizyonda sergilenmiştir. Ayrıca diğer örneklerin aksine bu sefer ne senaryo ne de rol vardır. Ailenin yaşadığı her an "el değmeden" izleyicilerle paylaşılmıştır. "Aile sanki biz orada yokmuşçasına davrandı ve yaşadı" diyen yönetmen gururludur. Fakat bu programın ardından Loud ailesi

dağılma sürecine girer ama öncesinde, çekimler anlamsız olana aşırı anlam yükler ve izleyici gerçeğe hiç olmadığı kadar yakınsar, sanki “o evin içindeymiş gibi”. Gerçeği, hipergerçeğe dönüştüren mikroskobik simülasyonun sunduğu haz da budur (Baudrillard; 2003: 50-51). Fakat sonunda olanlar bu ailenin hakikati midir yoksa televizyonun hakikati mi? Televizyon önündeki aile artık yoktur, ancak televizyonda herkes bütüncül bir aileyi büyük bir keyifle izlemiştir. Baudrillard burada, hakikat televizyonun kendisidir, der. Loud ailesi televizyonun kurbanı olmuştur. Herkes onları izlerken onlar gönüllü Aztek kurbanları gibi sunağa uzanmışlardır. Loud ailesinin de karşı karşıya kaldığı hakikat böyle bir hakikattir. Ve böyle bir ortamda hala hakikat denen bir şeyden söz etmek ne kadar mümkündür (Baudrillard; 2003: 52)?

Bu arada kısaca bilgi vermek gerekir ki, simülasyon sadece televizyonla ilintili bir kavram değildir. Tüketim dünyasının olduğu her yerde simülasyon vardır. Disneyland’te, Lescaux Mağarası’nda veya ülkemizde de çokça görülen akvaryumlar, eğlence parkları gibi gerçeğin yerine geçen ve maruz kalanların herhangi bir şikayetinin olmadığı her yerde. Tüketmek burada, bazen Loud ailesinde olduğu gibi televizyon metinlerini tüketmek bazense doğrudan para harcayarak imajları satın almaktır. Simülasyon örneklerini çoğaltmak mümkün, ancak biz konudan kopmamak adına simülasyon kavramını televizyon bağlamında ele almaya devam edeceğiz. Televizyon insanlarıyla kurduğumuz temaslar da simülasyon bağlamında incelenebilir, sabah programları, yarışmalar vs. Bu yüzden Ritzer’in verdiği örneklerle telemarketlere değineceğiz.

Simülasyon ortamı içerisinde insanlarla etkileşimimiz hep tek düzedir. Fast food restoranlarından yiyecek alırken, alışveriş merkezlerinde ve süper marketlerde karşılaştığımız insanlarla etkileşimimiz “hakiki” insanlarla kurduğumuz etkileşim değil, simüle edilmiş bir etkileşimdir (Ritzer; 2010: 150). Tüm bu insanlar bir bütünün parçasıdır ve tek tip olarak o bütüne hizmet ederler ve müşterilerine de birer simülasyon yaşatırlar. Aynıısı telemarketteki satıcılar için de geçerlidir. Simüle etkileşimin en yoğun görüldüğü yer belki de televizyondur. Ritzer verdiği örnekte bir telemarket sunucusunun ağzından der ki; “*Bir riske girdik ve yeni mal kalemleri*

getirdik. Siz büyük bir destekle buna karşılık verdiniz. Bunun için sizi seviyoruz!”(Ritzer; 2010: 150). Bu satıcı gerçekten de risk aldı mı? Daha da önemlisi gerçekten bizi seviyorlar mı? Bu tip etkileşimler simülasyonun en güzel örnekleridir ve televizyonda gerçekleşir. Keza sabah programında Mardin’deki izleyicisine çamaşır makinesi gönderen Seda Sayan da bu programı insanlara iyilik yapmak için değil para kazanmak için yapmaktadır.

2008 yılında “Var Mısın Yok Musun” adlı Türkiye’nin muhtemelen ilk bilgi ve beceriye gerek olmadan para kazandıran yarışmasında, yarışmacı seçimlerinde üçer üçer odaya alınan adaylara bir soru sorulur; biz neden bu yarışmayı yapıyoruz? İçeride konuşulanları aktaran aday, diğer adaylardan birinin “insanlara iyilik yapmak için” dediğini söyler. Bunun üzerine jüri üyesi “öyleyse programı yayınlamazdık” diye cevap verir. Bu durum – özellikle güncelliğiyle – aslında televizyon gösterisinin ne kadar gerçekmişçesine simüle edildiğinin bir göstergesidir. Her gün televizyonda milyonlar kazanan insanlar, izleyicilerin hayatını değiştirmek için ordaymış gibi algılanmasının tek sebebi, televizyonun kurduğu dünyanın izleyicinin gerçeği haline dönüşmesinde yatmaktadır. Peki televizyon gösterisi nedir? İnsanları nasıl içine çekerek kendi gerçeğini onlara kabul ettiriyor. Bu sorunun cevabını bulabilmek için sonraki başlıkta televizyon gösterisi kavramını ele alacağız.

2.2.4. Televizyon Gösterisi ve Gösteri Toplumu

Televizyon hakkında şimdiye kadar incelediğimiz hususları göz önüne aldığımızda, onun başlı başına, gerek dil olarak gerek içerik olarak bir gösteri olduğu çıkarımına varmamız yanlış olmaz. Bu gösteri, eski zamanlarda “ibret-i alem” olması için topluluk önünde idam edilen mahkumun taşıdığı mesajların daha dolaylı ve daha güçlü kanallarla izleyiciye erişmesidir. Topluluk önünde her gösteri manipüle edilebilir, gerçeğin bilinmesi istenen tarafı izleyiciye aktarılır ama daha önemlisi mesaj “gösteriye” dönüştürülerek güçlendirilir, televizyon gösterisinin amacı da aynıdır.

Bourdieu bu durumu “ayıklama ilkesiyle” açıklar. O’na göre, gazetecilerin özel gözlükleri vardır ve bununla bazı şeyleri görür bazıları görmezler. Gördükleri şeyleri görme tarzları ise farklıdır. Bu doğrultuda bir ayıklamaya giderler. Bu ayıklama süreci, sansasyonel olan, gösteri niteliği taşıyanın tespit edilmesidir. Televizyon burada her iki anlamda da dramatikleştirmeye başvurur. Birincisi olayı sahneye koyar, ikincisi ise önemini, vahametini, trajik niteliğini abartır (Bourdieu; 1997: 24). Böylece en sıradan olayı bile dramatik bir hikayeye dönüştüren televizyon, izleyicilere gerçeğin yerine kurgulanmış bir gösteri izletmektedir. Bu, Bourdieu’nun dediği gibi bir gazeteci tarafından da yapılabilir, bir reality showda da izleyicinin dikkatine sunulabilir. Burada sorun olan televizyonun güvenilirliğinin sorgulanabilir olması ama bununla beraber izleyicilerin büyük kısmının bunun farkında olmamasıdır.

Debord bu durumu şöyle açıklar, der ki; televizyon bir şeyi gösterdiğinde ve bunu küstah bir yalanla yorumladığında, aptal olanlar her şeyin gerçek olduğuna inanır, yarı seçkin bir şeylerin karanlıkta kaldığını ve bilinmeyen kodlarla oluşturulduğunu düşünür, elit olansa elindeki veriler ve sahip olduğu bilgiler doğrultusunda gerçeğe ulaşmaya çalışacaktır (Debord; 1996: 163). “Aptal” sözcüğü bizim açımızdan her ne kadar iddialı olsa da Debord’un kastettiği anlamıyla izlediği yayını doğrudan alımlayan kesimin, izleyici kitlesinin geniş bir bölümünü oluşturduğu herkesin malumudur. O zaman bu manipülasyon ikinci bir ihtimali daha akla getiriyor; izleyicinin müşteri olarak konumlandırılması.

Kültür endüstrisinden bahsederken aslında bu duruma da değinmiştik. Kültür endüstrileri televizyon gösterisini de kitlelerin oyalanması, eğlenmesi ve yeni ekonomik koşullarda genişleyen sarf alanlarından en azından birinde kâra geçilmesi için çoğaltmaktadır (Kellner; 2013: 46). Tarih boyunca yapılan “gösterilerin” aksine medya gösteri bu minvalde; serbest piyasa ekonomisi, refah devletinin katkıları ve sosyal hizmetlerin azalmasıyla ortaya çıkan neoliberalizmin zaferidir. Gerek kültürel, gerek ekonomik bir dönüşüm olan televizyon gösterisi, bin yıldır devam eden gösteri geleneği için bir devrim niteliğindedir. Devletlerin boşalttığı sosyal hizmet alanlarını dolduran ve refah devletiyle yeni tüketim alanları açan sermayenin iletişim biçimidir

medya gösterisi. Bundan sonrası; reality showların, reklamların ve reklam içeren yayınların, ayıklanmış haberlerin duygulara seslendiği dramatik bir dönemdir. Öyledir; çünkü duygusal mesajlar bilişsel süreçlerden farklı olarak irrasyonel kabulleri insanların zihnine nakşetmekte daha başarılıdır. Satın alma, şayet doğal bir ihtiyaçtan doğmuyorsa, yaratılmış bir ihtiyaç, dolayısıyla irrasyonel bir harcama alanını meydana getirmektedir. Bu sebeple televizyon gösterisi de duygulara hükmeden bir anlatı diline sahiptir. Dolayısıyla televizyondaki tüm metinler manipülatif ve satın almaya yönelten yayınlara dönüşmektedir. Bu durum, daha önceden bahsettiğimiz üzere, kültürel üretimlerin yapısını da değiştirmektedir.

Metaya dönüşen kültürel ürünler – daha doğrusu televizyon yayın türleri – televizyon gösterisinin de önemli bir parçası haline gelmiştir. Clark Kerr'in enformasyon üretim, dağıtım ve tüketiminin Amerika Birleşik Devletleri'nin yıllık üretiminin %29'unu oluşturduğundan bahseder (Debord; 1996: 104). Bu üretim payı geçtiğimiz yıllardaki otomobil ve demiryolunun sahip olduğu paydan daha fazladır. Peki bu kadar yoğun bir bilgi üretimi ve akışı varsa bu televizyon gösterisi tarafından da kuşatıldığımız anlamına gelmez mi?

Debord, modern üretim koşullarının hakim olduğu toplumların tüm yaşantısını devasa bir gösteri olarak görür (Debord; 1996: 13). Çünkü daha önce de bahsettiğimiz gibi içinde yaşadığımız dünya bir imajlar bütünüdür. İmajın olduğu yerde gerçeğin alternatifi, bir yansıması veya öyleymişçesi yer alır. Gösteri yeri gelir mimari olur, yeri gelir bir haber metni olur. Ancak dolaylı anlatımın olduğu her yerde de gösteri varolmaktadır.

Gösteri kendini hem toplum olarak, hem toplumun bir parçası olarak hem de birleştirici olarak konumlandırır (Debord; 1996: 14). Gösteri, toplum için üretildiğinden onun kaburga parçasından alınan bir kemikle üretilendir, onun bir parçası ama o olmayadır. Ayrıca belli görüşleri, kanaatleri oluşturan birleştirici veya aksi halde marjinalleştirici unsurdur. Örneğin reality showlar, halkın içinden ve halkın bir parçası bireylerden oluşuyormuşçasına kurgulanmışlardır. Onun, bir parçası

olduğunu düşünen izleyici kendine bu gösteriden belli çıkarımlarda bulunarak kocasının katil olabileceği kanısına kapılabilir. Tüm bunlarının gösteri olduğunun idrakında olamayan izleyici kesimi, bu tür gösterilerin hayatlarına dokunmasına izin verecektir. Fakat haberler dahil televizyonun bütünüyle kurgusal bir araç olduğu gerçeği sadece, Debord'un dediği gibi ufak bir azınlık tarafından farkedilecektir.

Televizyon yayınlarının özelliği hepsinin birer gösteriden ibaret olmasıdır ancak insanların bunları kabul etmesi kadar önemli bir husus da insanların bunlara zaman ayırmasıdır. Televizyon bir boş zaman etkinliği olarak, aslında, kendisi için boş zamanlar yaratılan bir ihtiyaç haline gelmiştir. Bizler de bundan sonraki başlığımızda izleyicinin televizyon yayınlarına zaman ayırmaları, hatta daha da önemlisi çalışmamızın başlarında bahsettiğimiz, çok değerli bir kazanım olan ve yüz yıllarca insanların savaşımını verdiği boş zamanın televizyon tarafından nasıl işgal edildiğini inceleyeceğiz.

2.2.5. Televizyon ve Boş Zaman

Boş zamana, tekrardan hatırlamak için, kısa bir tanım getirmemiz gerekirse, işten arta kalan ve yeniden üretimin sağlanması için gerekli olan zamandır. Hatta düşünürlerin boş zamanlar için farklı idealler paylaştığından bahsetmiştik. Bu düşüncelerden en önemlilerinden biri, boş zamanı proleterler için doğru bilincin üretilmesi için değerlendirilecek bir zaman dilimi olarak gören Marksist görüştür. Bu görüş bir dönem için gerçekten de geçerliliğini korumuştur. Daha önce de bahsettiğimiz üzere, işçiler için belli sosyalleşme mekanları ve kendi içlerinden çıkan eğitimcilerle birbirlerini yetiştirmeleri söz konusuydu, ta ki burjuvazi “işçi enstitüleriyle” bu duruma el koyana kadar.

Sermaye her zaman verdiğini kat ve kat geri ister. Kazanılan asla, alın teri değil, ödenecek bedelin teminatıdır. Boş zaman için de durum böyledir. Burjuvazi boş zamanı daima “gizli iş” olarak görüp, ancak belli koşullarda izin vermiştir (Bloch;

2012: 256). Kapitalizm böylece boş zamana yayılmaya başlamış ve işçi boş zamanlarında dahi kapitaliste hizmet etmeye devam etmiştir. Hatta ve hatta tüketim-boş zaman dengesinde bile kâr amacı güdümlere gidilmiştir. Bunlardan en masumu “ne kadar boş zamanın varsa o kadar harcarsın” diyen Avrupa’daki uygulamalardır, kişinin daha fazla tüketmesi için daha fazla boş zaman tanınır. Fakat bir de ABD örneğinde olduğu gibi, “daha az zamanda daha çok tüket” anlayışı devreye girerse, bu atılımı evlerde başlatmaktan daha iyi bir yol yoktur (Stiglitz; 2015:169). Yani dijital bir market olan televizyonu boş zamana yayarak. Gerek eğlence, gerek alışveriş, gerek, tutum oluşturma amaç ne olursa olsun televizyon sistemle barışık bireyler yetiştirme ve gördüğü her şeyi tüketme eğiliminde olan bireyler meydana getirmek amacıyla boş zamanın tamamına yayılır.

İnsanların manevi, düşünsel meşgaleleri için sağlanan serbestlik “boş zaman metasına” dönüşmüştür ve eğlence sektörü tarafından hızla sömürülmektedir (Jameson; 2009: 214). Televizyonun tüm işlevleri bu boş zaman alanının tüketime dair tüm ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Boş zamanın televizyon tarafından işgal edilmesi, aslında daha önce de işlediğimiz üzere, kültür endüstrilerinin hazcı ve tüketime yatkın bir toplum üretme çabasının sonucudur. İnsanlar toplumsal çıkarlarından uzaklaşarak bireysel hazlara yönelmişlerdir ve televizyon da bunun bayrak taşıyıcılarından olmuştur. Boş zaman da, “iletişim araçlarının” ve “unutturma tüccarlarının” düzenlediği eğlence, ya da bireyi kendi dünyasına hapseden “eğlence zamanı” olarak kalmıştır (Gorz; 1986: 92-93). Özellikle de günümüzde dijital görüntüleme araçlarının gelişip bireysel kullanıma uygun hale geldiği göz önünde bulundurulursa, “ailece” izlenen televizyondan bile daha kötü bir duruma geldiği izlenebilmektedir. Bireyin “iş dışı” dönemlerde kullandığı bu televizyon özelliği taşıyan cihazlar, onun boş zamanını kaplayarak, hem örgütlülüğünü kırmakta, hem zor olan doğru bilinci üretmesi için gerekli donanıma sahip olmasını engellemekte, hem de izlediği yayınlardaki hayat tarzı ve tüketim metalarına karşı onun sahip olma güdüsünü beslemektedir. Daha da önemlisi, birey belki reddedebilir, televizyon yayınlarını tüketmeyi veya tüketime kurulmuş bir yay gibi gerilmeyi ama bu sefer başka bir riskle karşılaşır. Çünkü artık birbirini tanımayan insanlar bile bir önceki gece birbirinin neyi izlediğini bilmektedir (Hobsbawm; 1996: 231). Dolayısıyla bu dışlanmaya maruz

kalmamak için, bireyler boş zamanlarına – imkanları oldukça – televizyonu dahil etmeye çalışmalıdırlar. Aynı politikacıların konuşmalarını dinlemek, aynı skandallara hakim olmak vs. toplumdaki dışlanmamak adına “izlenme kümesini” ne kadar genişletebilirlerse o kadar faydalıdır. Herkesin aynı şeyleri izlediği, aynı reklam, film, dizi içeriklerine maruz kaldığı bir ortamda da açıkça televizyonun dünyayı bir açık hava AVM’sine dönüştürdüğünü iddia edebiliriz. Çünkü televizyon içerik olarak – belli gösteriler üzerinden de olsa - birleştirici, ideolojik olarak dönüştürücü, tüketim olarak öykündürmeci bir yapıya sahiptir. Birleştirici çünkü bahsettiğimiz gibi, aynı şeyleri paylaşmak artık aynı şeyleri izlemekle mümkün olmuştur, dönüştürücü çünkü, itaatkar bir ideoloji ekseninde bireyleri dönüştürür, öykündürmeci çünkü, sahip olma güdüsünü harekete geçiren bir doğası vardır. Bununla birlikte tüm bu eylemler iş dışı zamanda gerçekleşmektedir.

Aynı yayınlara maruz kalmak “sınıf ayrılmalarının eşitlenmesi” olduğu iddia edilen, aslında kodamanların korunmasına hizmet veren doyumlar ve gereksinimlerin alt tabakalar tarafından işselleştirilip, onaylanmasına da hizmet etmektedir (Marcuse; 1990: 7-8). Bunun boş zaman ve televizyon kullanımıyla ilgisi şöyledir ki, televizyon boş zamanlarda sadece “satış” yapmakla kalmaz aynı zamanda düzenin sağlamlaşması için de çalışır. Eğer sekreteri, patronun kızı kadar çekici olabiliyorsa, bu iki şeyin göstergesidir. Birincisi; sekreter televizyonda patronun kızının dünyasını tanımıştır ve ona yakınsamak için çaba göstermiştir. İkincisi de patronun kızına öykünerek aslında onun konumunu olumlamış ve aylak yaşantısının güvencesi olmuştur. Fakat tüm bunlar sekreter kızı ne ait olduğu sınıf bilincine ulaştırmış, ne de ondan çalınanla aylak bir yaşantı süren patronun kızından emeğini geri alma kudreti vermiştir. Bu sebeple, sınıf ayrılmalarını güçlendiren televizyon, boş zamanlarda birey çalışmazken bile, çalışmaya devam eder.

Boş zamanlarda izleyici bu yollarla tüketerek aslında – televizyon aracılığıyla – tatmin sağlamaktadır. Bu tatmin onlara geçici mutluluklar sağlayarak kapitalist sistemin de güçlenmesini ve karşılığında daha çok satın alacak şey üreterek izleyiciye daha geniş tatmin alanları açmasına yardımcı olmaktadır. Bu durum da genel bir

tatminsizlik yaratmaktadır. Lefebvre'nin bahsettiği yapısal olarak karşıt iki farklı boş zaman kullanımının birincisi bununla alakalıdır: tatminsizlik duygusu yaşayan, gündelik, televizyon, gazete gibi araçlarla bütünleşmiş boş zaman. İkincisi ise; gidiş beklentisi, arkadaş çevresi, uyuşturucu, doğa, şenlik, delilik aracılığıyla kaçma isteği (Lefebvre; 2007: 99). Bu iki farklı boş zaman kullanımını göz önüne aldığımızda biri kitle iletişim araçlarıyla, diğeri ise “marjinal” kaçış araçlarıyla doludur. Bunu bize marjinal olarak anlatan bile medyadır aslında. Ama öte yandan da medya derin tatminsizlikler yaşatmaktadır. Fakat televizyon izleyicinin hem tatmin sağladığı hem de yeni tatmin araçları aradığı boş zaman meşgalesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yarattığı bariz mutluluklar göz önüne alındığında televizyonun boş zamanlara kabul edilmesi gerçekten de günümüz insanının çıkmazlarından gibi görünmektedir. Peki tatmin aracı olması bile izleyiciyi tatmin etmiyorsa televizyon niçin bu derece bağımlılık yaratmaktadır? Aynı diziyi her hafta aynı saatte izleme gayreti niçindir? Tüm bunlar bir sonraki başlığımızın konusu olacaktır.

2.2.6. Televizyon Bağımlılığı ve Ritüelleştirme

Ritüelleştirme, söz konusu televizyon olunca, gündelik hayatta kolayca gözlemlenebilen bir durumdur. Fakat tabii ki ritüelleştirme sadece televizyon izleme alışkanlıklarıyla ilintili bir durum değildir. Ritüel kavramına bir tanım getirmemiz gerekirse; uygun zamanda yerine getirilen, sembollerin de kullanıldığı, sık sık tekrarlanan davranış modelidir, diyebiliriz (Marshall; 2005: 623). Tanımdan anlaşılacağı üzere, bir davranışın ritüel olabilmesi için belli şartları karşılayabilmesi gerekiyor. Yoksa her alışkanlığın ritüelleşmesi söz konusu değildir.

Bir eylemin ritüel olabilmek için öncelikle; uygun bir zamanı olması gerekir. Eylem bu belli zaman diliminde gerçekleştirilmelidir. Örneğin; saat 13:00'da veya her Cuma günü gibi. Ardından belli başlı sembolleri içermelidir. Örneğin; Durkheimcı yaklaşıma göre ritüeller, toplumu bir arada tutmak için gerekli dayanışmayı sağlamaktadır. Belli kodlar, semboller toplum içindeki ritüelleşmiş edimlerin anlamlı

kılınmasını sağlamaktadır. Birine selam verdiğinizde nasıl olduğunu sorarsınız. Fakat gerçekten onun nasıl olduğunu merak ettiğiniz için değildir, bu ritüelleşmiş bir davranıştır ancak hoş bir yaklaşım olarak karşılanır. Fakat bundan da önemlisi tanımın son kısmında geçen husustur; davranışın sık sık tekrarlanması. Davranışlar tekrarlandıkça ritüelleşir. Yani tanımdaki tüm bu unsurları göz önüne aldığımızda, belli zamanlarda, belli semboller taşıyan, tekrarlanan davranışlar ritüelleri meydana getirdiğini görürüz.

Ritüeller daha çok dini içerikli davranışlar olduğu gibi, günümüz seküler toplumlarında da farklı alanlarda izlenebilmektedir. Tabii bu durum, sadece modern toplumların ritüel davranışlar gösterdiği anlamına gelmez. Habermas, ritüelin bir omurgalı canlı eylemi olduğunu ve primat dönemden paleolitik toplumlar arasındaki geçişte de güçlü ritüelleşmiş davranışların olduğunu söyler (Habermas; 2001: 629). Dolayısıyla ritüeller toplumsal davranışların belli formları olduğundan “kestirilebilir” ve ortak kodlar taşıması sebebiyle de “bütünleştirici” özellikler taşıması sebebiyle insan topluluklarının ayrılmaz toplumsal eylemlerindedir. Fakat burada bir sorun vardır ki belki de medya alışkanlıklarının ritüelleştirilmesinde karşımıza çıkacak problemlerden en önemlisi de budur; ritüel davranışların yanlış bilgiyle yayılıyor oluşu.

Marksist anlayış, Durkheimci görüşün aksine, ritüel davranışların yanlış bilinçle toplum içinde yayılımda bulunduğunu söyler. Ritüeller toplum içerisindeki ilişkileri yanlış yolda temsil eder, katılanların gerçekleri anlamasını güçleştirir (Marshall; 2005: 624). Ritüeller toplumsal davranışları bilinçli eylemlerden uzaklaştırarak hakim edimlere dönüştürür. Bu da toplumun gerçeğini sergilemesini ve anlamasını zor hale getirir. Bu görüş aynı zamanda, bizim, medya ve ritüelleştirilmiş kullanımlarını incelerken yol göstericimiz olacak olan yaklaşımdır.

Medya alanında ritüellerin gerçekleştirilmesi, belirli bir medya organının izlenmesi, belli televizyon programlarının takip edilmesi ve belli bir gazetenin bağımlısı olmak gibi eylemlerde görülebilmektedir (Karagöz; 2016: 26). İnsanlar medyada yer alan içeriklere bazen de medya organının kendisine duydukları bağlılık belli ritüellerin geliştirilmesinde etkili olmaktadır. Bunu inançla ilintili ritüellere benzetebiliriz. Her Cuma günü ibadet etmek nasıl ki ritüelleşmiş bir davranışsa, tıpkı

bunun gibi haftanın belli günleri bir televizyon dizisini takip etmek de benzer bir motivasyondur. Fakat bu motivasyonun altında yatan nedenler nelerdir? Örneğin; dini ritüellerle tanrı hoşnut kılınır, toplumsal ritüellerle bağlar güçlendirilir, peki medya ritüelleri niçindir ve ne gibi faydalar sağlar?

İnsanlar bilgiye ihtiyaç duyduklarında, bilgiye erişmeyi amaçladıklarında, bu amaç doğrultusunda, bilinçli olarak, kendi iradeleriyle medya içeriğine ulaşırlar. Ritüelleşmiş medya kullanımını ise izleyicinin oyalanma ihtiyacı ve motivasyonlarını gerçekleştirmesi için, bir medyanın akışına ihtiyaç duyulan kullanım çeşididir (Çakır ve Çakır; 2010: 92). Ritüelleşmiş televizyon izleme alışkanlığı, televizyona yakınlık hissetme, onu, arkadaş, rahatlama ve zaman geçirme aracı olarak görmekle ilintilidir. Bu yönüyle ritüelleşmiş izleme, alışkanlığa dönmüş bir kullanım çeşididir. İki izleme alışkanlığı da televizyondan faydalanabilmektedir ancak birincisi bilinci ve istenci doğrultusunda yayına ulaşırken, ikincisi televizyonu arkadaş ve ağır kesicisi olarak görmektedir. Bu gibi hissi duygularla, biliş dışı bir yaklaşımla televizyona bağlanan izleyici de haliyle yayınları ritüelleştirerek, kırılması zor o alışkanlıklar çemberini örmektedir.

Televizyon yayınlarının ritüelleştirilmesini bu sefer Durkheimcı görüş çerçevesinde ele alacak olursak, daha önce bahsini ettiğimiz yere varmaktayız. Televizyon yayınlarının ritüelleştirilmesi, aynı şeyi izlemiş binlerce insan arasında oluşacak ortak paylaşım ile güçlendirici bir özelliğe sahiptir. Fakat bu durum kitle iletişim araçlarındaki yayınları üreten kapital ve siyasi erk sahiplerinin bakış açısının toplumda daha kolay yayılım alanı bulacağı için eleştirilebilecek bir yanıdır.

Marksist bakış açısına göre ise, ritüeller hakim güçlerin toplum içerisinde kabul bulmuş davranışsal kalıplarıdır. Televizyon yayınlarının ritüelleştirilmesi, yani bilinç dışı izleme alışkanlığı, televizyon, dolayısıyla medya patronları, tarafından istenen bir eylem olduğundan izleyici saldırı altındadır. Televizyon yayınları izlensin diye yapılır, hele ki seçilebilecek bu kadar çok yayın varken ritüelleştirilmek her yapımcı için öncelikli hedeflerden biri olmalıdır. Fakat bu yayım süresince göreceğiniz zararlardan siz sorumlusunuzdur. Bu hakim değerlerin işlendiği ve aktarıldığı bir süreç olacaktır büyük ihtimalle. Ancak yine de izleyici yukarıda saydığımız sebeplerden, gerek iyi bir

arkadaş edinme gerekse rahatlamak için bu yayınların sürekli takibine devam edecektir. Bu sebeple toplumsal ritüellerin tamamı gibi televizyon izleme ritüeli de yanlış bilinci besleyen ve bireyi sistemle uyumlu hale getiren, yani izleyiciyi olumsuz etkileyen bir süreçtir.

Peki bu etkiler tam olarak nelerdir ve yayımlar izleyiciye nasıl etki etmektedir? İzleyici bu kadar savunmasız bırakan şey kuşatılmış olması mı yoksa iletilerin son derece keskin oluşu mu? Bizler de çalışmamızın bundan sonraki kısmına televizyon programlarının içeriğini analiz ederek bu duruma açıklık getirmeye çalışacağız.

2.3. TELEVİZYONDA GÜNDELİK HAYATIN KURGULANMASI

Çalışmamızın buraya kadar olan kısmında televizyonu, bir popüler kültür aracı olarak ele aldık. Televizyon ve bileşenlerini incelediğimiz kısımda ise televizyonun popüler kültüre nasıl hizmet ettiğini açıklamaya çalıştık. Bundan sonraki kısımda yapacağımız çalışma ise televizyonun biraz daha içine girerek, program kodlarını vakalar üzerinden çözümleyebilme adına bir zemin çalışması yapmak olacak. Bu sebeple de öncelikle televizyon yayımlarını genel bir içerik ve tür olarak, ardından da özneler ve aylaklık üzerinden ele almaya çalışacağız.

Bauman, herkese ait olan ve eksikliğinde toplum hayatının anlaşılamayacağını söylediği bir gündelik hayat bilgisinden söz eder. Bu bilgiye göre, deneyimler ortaktır ve bu sebeple dünya, herkese, bize görüldüğü gibi görünmektedir, der. Fantezi ile gerçeklik arasındaki ayrım budur; birey için “gerçek” olan ne varsa diğerleri için de odur (Bauman; 2010: 112). Bununla beraber Lefebvre gündelik hayatı, toplumsal gerçekliğin düzeyi olarak belirtir. Birey ve grupların, bu düzey karşısındaki durumuyla gerçekliğin değerlendirebileceğini söylemiştir (Lefebvre; 2013: 59). Yani toplumsal gerçekliğin, düzeyi ve gündelik hayat kavramlarının karşılıklı etkileşiminden gerçeklik düzeyi gündeme gelir ve bu da gündelik hayat karşısında birey ve grupların aldığı tavidir. Örneğin; ev içi emek sarfeden bir ev kadını ile muhtemel “aylak” bir kadını ele alalım. Büyük ihtimalle zengin olan aylak kadının gündeliği; defileler, vakıf

buluşmaları ve oyun toplantıları gibi onurla ilişkilendirilmiş edimlerle dolu olacaktır. Dolayısıyla söz konusu kadının gündelik yaşantısı ilgili çerçeve doğrultusunda büyük ölçüde haz ve tatmin üzerinden kurgulanmış olarak gerçeklik kazanır. Ev kadının ise gündelik hayatı meşru haz ve tatminden uzak, boğazına kadar ev işiyle çevrilidir. Aynı zamanda sınırlı bir sosyal çevreye sahip olan bu kadının komşu buluşmaları dışında gündelik rutinlerden en yakın kaçış noktası olarak televizyon belirir. Öyleyse, söz konusu ev kadınının televizyonda ne izlemekte olduğu sorusu bu bağlamda önem kazanır. Zira, televizyon içinden çıktığı ve seslendiği topluma popüler kültür bağlamında çok uzak kalamayacaktır. Eğer şayet popüler kültür, çalışmamızın ilgili kısmında bahsettiğimiz üzere, bir yaşam tarzıysa, televizyonun da bu yaşam tarzını ele alıp onu işlemeyişi çok mümkün görünmemektedir.

Televizyon, gündelik yaşamı farklı göstergelerle, belli bir formata uyarlanarak görselleştirir. Gündelik yaşam televizyon üzerinde çoğunlukla, siyasi dedikodular, eğlence kültürü, seks, içki, müzik ve moda ile temsil edilir (Erdoğan; 2009: sy). Tüm bu unsurlar, popüler kültür ile birleştiğinde, haberler “kulis söylentileriyle” dolu dedikodulara dönüşürken, içinde türlü cinayetlerin olduğu programlar eğlence ihtiyacımıza ve ses yarışmaları da gerek müzik gerekse içinde barındırdığı yaşam hikayeleriyle sanatsal ihtiyaçlarımıza ve vicdanımıza hitap eder olmuştur! Tüm bunlar gündelik hayatın içindenmiş gibi görünen konulardır. Ayrıca, televizyonda yer alan parlak yaşamlar vasıtasıyla burjuvazi tarafından oluşturulduğu haliyle gündelik hayat, fiili insanın çokça arzu ettiği ve çatışma yaşadığı bir ortamdır(Lefebvre; 2012: 145). Televizyon da bu hususta, gerçek hayattan hikayeleri, burjuvazinin yaşam süzgecinden geçirmek kaydıyla türlü tüketim emtiasıyla süsleyerek sunabilmektedir.

Televizyon tüm bunları çoğu zaman, konu, konsept ve karakterler üzerinden yapmaktadır ve kabul etmek gerekir ki televizyon gündelik hayatın bir parçası olduğu kadar aynı zamanda izleyiciyi de yeni gündelik hayat pratikleriyle tanıştırmaktadır. Genelleyecek olursak, hepimiz televizyon sayesinde farklı hayat biçimlerine ait bilgi akışına her gün maruz kalmaktayız. Bu akışta televizyon görsel olarak erişilebilir kıldığı kalıplar üzerinden de otoritesini kurar; gösterilmeye değer olan ve dünyada

milyonlarca insan tarafından izlenecek olan hayat tarzları dikkate değer hatta ve hatta taklit edilebilir tarzlar olmalıdır (Bauman; 2010: 44). Bu taklitlerin, mental olarak dönüşme ve maddi olarak satın alma yoluyla meydana geldiği söylenebilir. Her şeyin pazarlanabilir olduğu bir dönemde hayat satmak çok makuldür. Birey, sadece sahip olduklarıyla değil inandıklarıyla da gündelik hayat pazarının bir müşterisi halini alır.

Televizyon yayınına inanma kısmı izleyici için çok kolaydır. Bu noktada tekrar Baudrillard'a dönmemiz gerekir. Araştırmacı, medya gerçeğinin bir tür hipergerçeklik olduğundan bahseder (Baudrillard; 2003: 121). Hipergerçeğin, gündelik hayattan daha ilgi çekici ve zengin olduğunu söyler. Televizyon bunu, profesyonellerce yönetilmesiyle beraber, teknolojinin imkanlarıyla sağlamaktadır. Sonuç itibarıyla "gerçeten daha gerçek", suni ancak gündelik hayatın sıradanlığından arınmış alternatif bir hayat ortaya çıkar(Kellner; 2013: 202). Böyle bir gündelik hayat gösterisi izleyiciye, aslolan gündelik hayattan daha dikkat çekici gelecektir. Zira kendi hayatı sıkıcıdır, tek düzedir ve gerek yaşamak istediği deneyimleri gerekse de tatmak istediği duyguları televizyonun gündelik hayat gösterisinde bulur.

Dolayısıyla gündelik yaşam televizyon programının bir parçası olmalıdır. Fakat bunu ne yollarla, hangi türlerle yapmakta daha da önemlisi nasıl bir gösteriye dönüştürmektedir. Araştırmamızın ele alacağımız türün mahiyeti, ne olduğu ve diğer türlerle olan ilişkisi gündelik hayat üzerinden ele alınması gereken bir başka konudur. Tüm bunları sonraki başlıkta; televizyonun gündelik hayat üzerinden yayın kurgusu bağlamında ele almaya çalışacağız.

2.4. TELEVİZYONDA PROGRAM TÜRLERİ VE GÜNDELİK HAYATA ETKİSİ

Televizyon gündelik hayatı bir şekilde aktarmaktadır. Fakat bunu belli bir tür içinde aktarır. Gündelik hayat, gerçek kaynaklı bir haber veya kurgu olarak, güldürmek veya ağlatmak ama çoğunlukla eğlendirmek için belli türlerle kimlik kazanır. Bu

sebeple karşımıza salt haliyle bir gündelik hayat anlatısı çıkmaz. Gündelik hayat türlerin hikayesi, türler de gündelik hayatın konseptini meydana getirir. Bu sebeple gündelik hayatın televizyon üzerindeki sunumunu türler üzerinden ele almamız doğru olacaktır. Aşağıdaki tablo televizyon türleri hakkında bilgi vermektedir (Jensen; 2007: 72);

Tablo 4: Televizyonda Program Türleri

Temsilin Ana Dalı	Türü
Gerçeklere Dayalı	<p>Belgeseller (kültür içeren) Gerçeklere dayalı ve kültürel olayları ele alan belgeseller, tarihi belgeseller, araştırma belgeselleri, doğa belgeselleri ve edebiyat programları.</p> <p>Haberler/ Güncel Olay Programları: Gündemdeki olayları ele alan ve stüdyoda gerçekleşen programlardır.</p> <p>Spor programları: Spor etkinliğinin yayınlandığı veya spor yorum programları gibi yayınları kapsar.</p> <p>Çocuk/Genç Programları: Çocuk ve gençlere yönelik programlardan oluşmakla birlikte çocuklara hitap eden çizgi film veya kurgusal içerikli yayınlar bu grupta yer almaz.</p>
Kurgusal	<p>Kurgusal /Drama: Çizgi film, filmler ve diziler gibi hayali ve kurguya dayanan programlardır. Çocuklara seslenen çizgi filmler bu kategori altında ele alınır.</p>
Geleneksel Eğlence	<p>Eğlence Programları: Hiciv, talk şov, yarışma, video klip, konser veya dedikodu programları vb. bu grupta yer alır.</p>
	<p>Reality programları: Genellikle sahnelenmiş bir gerçeklik içinde sıradan insanların sıradan olmayan</p>

Gerçeklere Dayalı Eğlence	deneyimlerine odaklanan, kişisel konu ve samimi konuşmaların öne çıktığı Survivor, Biri Bizi Gözetliyor, Yetenek Sizsiniz, Var mısın Yok musun gibi programlar bu grupta yer alır. Yaşam Stil Programları: Yemek, çocuk bakımı, dekorasyon vb. gibi kişisel konulara odaklanan gibi programları kapsar.
------------------------------	--

Yukarıdaki tablo ana başlıklarla temsillerin ana dalları ve alt başlıklarla program türlerini göstermektedir. Tabloya göre; gerçek hayata dayanan yayınlardan bir örnek verelim. Bu tip bir temsilin altındaki programlar; belgeseller, haberler, spor programları, çocuk ve gençlere yönelik kurgusal olmayan program türlerinden meydana gelmektedir. Bahsi geçen türlere ait yayınlar kaynağını çoğunlukla gerçek hayattan alırlar ve aktardıklarıyla izler kitleyi yeni yaşam türleriyle tanıştıran mevcut yaşamlarına, fikirlerine, eğilimlerine dokunma işlevini üstlenmektedirler. Çok tarafsız gibi görünen yayınlarda bile, örneğin bir belgeselde, Berlin Duvarı'nın yıkılışı gösterilirken bir yandan kapitalizm propagandası yapılabilmektedir. Duvarın üzerinde şarkı söyleyen David Hasselhoff, insanları yeni hakim kültürle tanıştıran, yıllar sonra bu olayı televizyonda izleyen izleyiciye de; bu kadar insan onların şarkılarını, ünlülerini, hayatlarını istiyor, hem de canları pahasına, o zaman bu iyi bir şey; mesajını vermektedir. Yani gerçek hayat, bazen olduğu gibi gösterilirken bile gündelik hayata saldırıyor olabilir. Ya da bir spor programında örneğin; önceki akşam yönetim kurulu üyesi Ahmet Bey ile kulüp derneği lokalinde konuşuyorduk, derken program katılımcısı, herkesin katılamayacağı ve muhtemeldir ki o akşam Ahmet Bey ile o seçkin ortamda olmak isteyen bir çok insan için bu yayın, burjuvazi yaşam tarzının gündelik hayatlarına yaptığı baskılardan biri olmaktan öteye geçemeyecektir. Dolayısıyla gündelik hayatlarımız yine saldırı altında kalacaktır.

Geleneksel eğlence programları ve gerçeklere dayalı eğlence programları da aynı şekilde gündelik hayatı dönüştürmeye yönelik yayınlar yapmaktadırlar. Özellikle reality showlar; ister içeride hazırlanan yapımlar, ister yurtdışından getirilen yayınlar olsun, gerçeğin temsillerini içerdikleri için doğrudan alternatif bir gündelik hayatın temsilini sunmaktadırlar. Reality showlarda sürekli evlerde tadilatlar yapılır, gelinlikler denenir, güzellik sırları paylaşılır ve işin aslı bunların izleyici tarafından taklit edilmesi beklenir. Hepsi izleyiciyi sahip olduğu hayattan uzaklaştırır ve yeni bir hayat arayışına sokar. Örneğin; eviniz dekorasyon programlarındaki gibi değilse, o parkeleri satın alın, burnunuz, o kadın gibi değil, kemerliyse, estetiisyene gidin, doğrusu size ait olan her şeyden nefret edip gidermek için harcama yoluna başvurmalısınız. Ya da “Ben Kiminle Evlenmişim” tarzı reality showları izleyerek eşinize karşı paranoyakça yaklaşabilirsiniz. Zira, huzur bazen monoton da gelebilir; izleyici “hayatım bu kadar sıradan olamaz, bak ne hayatlar var” diye düşünebilir.

Tüm türler bir şekilde imaj satmaktayken çalışmamızın araştırma konusunu oluşturacak tür olan kurgusal yapımlar bizim için ayrıca önem arz etmektedir. Çünkü kurgusal yapımlar, bilhassa televizyon dizileri, ne tümüyle gerçek hayattır ne de tamamıyla kurgu. Gerçek hayata ait olan tıpkı reality showlarda olduğu gibi belirlenip, kurgusal olan hikaye ve imgelerle kusursuzlaştırıldığında ortaya gerçekten ilgi çekici bir gündelik hayat örneği çıkmaktadır. Bizler de çalışmamızda, dizileri gündelik hayattan beslendikleri varsayımıyla ele alacağız ancak bu durumun önemini ortaya koymak için dizi türleri, dizi karakterleri ve izleyiciyle kurduğu ilişkiden kısaca bahsetme gereği duymaktayız.

2.5. TELEVİZYON KARAKTERLERİNİN SUNUMU VE AYLAK TEMSİLLER

Türk dramalarını konu aldığımız çalışmamızda, dizi adı verilen bu yapımları daha iyi anlayabilmek için, konu-karakter bağlamlarına bakmamız gerekmektedir. Zira karakterin tüm boş zaman etkinlikleri, alışkanlıkları, tüketim metaları, yaşam tarzı olay içerisinde anlam kazanır. Eğer imrenilecek bir hayatın içindeyse karakter, onun

imajını satın almak için hiç bir sakınca yoktur. Bu sebepten dizide hakim olan “gündelik yaşam” karakterin kaderini belirler, karakterlerin gündelik yaşamdaki ilişkileri tür içinde şekillenir. Eğer tür zenginlerin yaşamını konu edinen bir diziyse, karakterler o doğrultuda oluşur, ilişkiler ve gündelik hayat ona göre değişir. Her dizinin anlatıcısı olduğu bir gündelik hayat vardır ve iki türe ayrılmaktadır (Çelenk; 2005: 306);

• *“Alt-orta sınıf veya orta sınıfa mensup aileler ve yakın akrabaların, apartman veya mahalle sakinlerinin dayanışması, cemaat içi ilişkileri (Mahallenin Muhtarları, Süper Baba, Bizimkiler, Şehnaz Tango vb.)*

• *Gelir düzeyleri bakımından üst sınıfa mensup insanların para, ün, tutku, aşk, holding ilişkileri etrafında gelişen çatışmacı ilişkileri (Kara Melek, Gözlerinde Son Gece, İlişkiler, Gizli Aşk vb.)”*

Türlerde görüldüğü üzere, üst sınıfın çatıştığı, alt sınıfın dayanıştığı bu tip yapımlar Türk dizilerinin iskeletini meydana getirmektedir. Bu iki tür de ilişkiler bağlamında birbirinden ayrılmaktadır. Birinci tür, daha sıcak, mekanik dayanışmanın görüldüğü, düşük veya orta sınıf sosyo-ekonomik statüdeki insanların kendi statü paydaşlarıyla kurduğu ilişkilerden oluşmaktadır. Bu tip yapımlar daha çok “aile dizisi” diye adlandırılan, hedefte genellikle, huzurlarını bozan bir aylak karakterin olduğu dizilerdir. Bu sebeple bizler de bir veya bir kaç değil, daha çok aylağın olduğu ve aylak yaşam tarzı hakkında bize fikir verecek olan ikinci tür dizileri inceleyeceğiz. Zengin insanların olduğu bu yapımlarda, bunların hedonik yaşam tarzları, boş zaman alışkanlıklarını incelerken, bir yandan da üretim tarzları ve çalışma etiklerine bakacağız. Kısacası dönüşen aylak sınıfı dizi karakterleri üzerinden okumaya çalışacağız.

Televizyon dizi karakterleri bizim için neden önemlidir? Televizyon dizileri, özellikle orta sınıfın, gerçeklik algısını tehdit eden imajlar ve bilgi dünyaları sunarak,

izleyicinin hayal ile gerçeklik arasındaki ayrımın sınırlarını görmesini zorlaştırmaktadır (Featherstone; 2013: 147). Kurgu ile gerçek arasındaki ayrım bu kadar silikleştiğinde gerçek olan her şey göz ardı edilirken kurgu olan gerçeğin yerini alabilmektedir. Örneğin; bir konakta geçen olayları ve oradaki zengin karakterlerin tüketim alışkanlıklarını, boş zaman etkinliklerini gözlemleyen bir izleyici, kendi gerçeğini göz ardı ederek, gündelik yaşamını izlediği olaylar üzerinden yeniden kurgulayabilir. Bu da onun satın alma davranışlarından, değerler algısına, sosyal davranış biçimlerine kadar pek çok tutum ve alışkanlığına yansır.

Dizilerde yer alan karakterler, olay örgüsünde verdikleri tepkiler, tutumları, aksesuar ve alışkanlıklarıyla vs. izleyici için örneklenebilir modellerdir. Çünkü; izleyici televizyon üzerinde gördüğü olay ve karakterlerle kendi hayatını eşleştirme yoluna gider (Mutlu; 2005: 156). Bu da izleyicinin gündeliğini şekillendiren başlıca etmenlerdendir. Bu sebeple karakterlerin olaylar bağlamında izleyici için gündelik hayatı kurmada rol model olduğu kanısındayız. Bu durum dizi karakterleriyle sağlanmaktadır ancak bununla birlikte, izleyicilerin tutum oluşturması çalışmamızın kapsamında yer almamaktadır. Burada anlatmaya çalıştığımız şey, dizi karakterleri, yüklendikleri iletilerle, gündelik hayatı yansıtmakta ve bununla beraber değiştirmektedir, öyleyse bu iletiler nelerdir?

Dizi karakterleri mesajlarla yüklüdür, gündelik hayat hakkında bilgiler verir. Bu durum dönüşen aylaklığı incelememizde bize yardımcı olan kodları içermektedir. Nasıl ki, postmodern insan daha önce bahsettiğimiz gibi “bin yılın starı” aylağa yaklaşmak için tüketim kültürü içerisinde türlü yollar bulduysa, aylak dizi karakteri de ulaşılması gereken imajlar olarak dikkat çekmektedir. Öykünülen imajlar olarak varolan karakterler bu yanlarıyla önemli ve kanaatimizce incelemeye değerdir. Ayrıca, kaynağını gerçekten alan kurgunun, aylak yaşantının bir kopyasını barındırdığı varsayılırsa, kurgu karakter de gerçek yaşantının içerisinde rol alan aktörlerin benzeri olacaktır. Bununla birlikte yaşam doğrudan gözle görülebilir bir şey değildir, göstergeler üzerinden okunandır, bu sebeple dizi karakterleri bizlere bu göstergeleri vermesini umduğumuz kişilerdir.

Sıradaki kısmın araştırma bölümünden oluştuğu alışmamızda, Türk dizilerini aylaklık bağlamında ele alacağız. Karakterlerin, olay içerisindeki edimleri ve ruhsal yapıları, tüketim alışkanlıkları ve emek gibi kıstaslarla, günümüzde izinin sürülmesi zor olan aylaklığın durumuna bakmaya çalışacağız. 1899'da yayınlanan Aylak Sınıfın Teorisi'nde bahsi geçen kıstaslarla, aylaklığın nasıl ki tarihsel gelişimini ortaya koymaya alıştıysak, aylaklığın günümüzde gerçekten bir değer olup olmadığı ve ne gibi özellikler geçirdiği araştırılacaktır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TELEVİZYON DİZİLERİ ÜZERİNDEN AYLAK SINIFIN DÖNÜŞÜMÜ VE TEMSİLİNE DAİR İÇERİK ANALİZİ

Bu bölümde aylak öznenin geçirdiği dönüşümü anlayabilmek için, televizyon dizi karakterleri incelenmektedir. İnceleme kapsamında içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Thorstein Veblen'in ortaya koymuş olduğu "Aylak Sınıf Teorisi" üretmeden tüketen ve tüketimde belli gösteriş unsurlarını ön plana çıkaran asalak bir sınıfı kapsamaktadır. Aylak sınıfların literatüre katılması her ne kadar erken sanayi toplumunda mümkün olsa da aylaklık sınıflı toplumların başlangıcından beri varolan bir olgudur. Aylak sınıflar, sahip olduğu üretim araçlarıyla emek üzerinde tahakküm kuran ve statüsünü gösterişçi tüketim yoluyla - erişilmez oluşunu – sergileyen bir sınıftır. Teoriye göre, emek sınıfı da bu durumu içselleştirerek ve aylağa öykünerek, onun statüsüne güç kazandırmaktadır.

Aylak sınıfın teorisi, tarihsel perspektifte ele alındığında, toplumsal eşitsizliğin yavaş yavaş ortaya çıktığı dönemlerde görülmeye başlanan ve düşünürün, kuramsallaştırdığı tarihe kadar mevcudiyetini sürdüren varlık sahibi, yönetici sınıfların izahını yapmaktadır. Literatüre bu dönemde geçmiş olmasına rağmen, elbette aylak sınıflar erken sanayi dönemi sonrası yok olmamışlardır. Bu çalışma da aylak özneyi, tarihsel değişim süreci içinde ele alırken, günümüzde aylak sınıfların ne gibi özellikler taşıdığı ve neye dönüştüğünü açıklayabilmeyi amaçlamaktadır.

Çalışmada aylak sınıfların dönüşümü televizyon üzerinden araştırılmıştır. Günümüzde en çok kullanılan kitle iletişim araçlarından biri olan televizyon, hem gündelik hayatın bir yansıması hem de gündelik hayatta olamayacak kadar gerçek üstü bir gösterinin sahnesi olarak, aylak bireylere de üretimlerinde yer vermektedir. Televizyon dizileri de içerisinde barındırdığı gündelik yaşamdan olaylarla ve

karakterlerle, genel çerçevesiyle gündelik hayattan, yaşanan olaylarla da gerçeküstü kabul edilebilir ve bir kurmaca olarak tasarlanır. Bu sebeple de aylak karakterler televizyon dizilerinde sadece temsillerden ibaret olmasına rağmen, hem gerçek hayatta varolan aylak özneler hakkında ipuçları veren, ayrıca da karakterlerin tüketim alışkanlıkları, boş zaman edimleri, kıt kaynaklara erişimiyle öykünmecî bir aylaklık modeli meydana getirebilen bir yapıdadır. Çalışmamızda belirttiğimiz, günümüz aylağının, yarı-aylak pozisyona geçerken, emek sınıflarının yeni çalışma etiği ve refah kapitalizmiyle beraber aylaklara özenerek, aylak bireylere dönüşmeye çalıştıkları süreçte, rol model olarak alınan televizyon karakterlerinin de payı büyüktür.

Bu çerçevede çalışmamızın temel amacı televizyon dizilerinde temsil edilen karakterlerin tarihsel sosyolojik bağlamı ile ele aldığımız “aylaklık” tanımına uyup uymadığını sorgulamak ve günümüz temsilleri içerisinde “aylak sınıfın” hangi tipine denk geldiğini irdelemektir. Televizyondaki temsillerde aylağın konumunun öncelikli olarak ne şekilde temsil edildiğinin incelenmesi amaçlanmıştır. Ancak bununla beraber aylaklığa işaret eden ve/veya aylak temsilini görüngüleyen unsurlar da çalışmaya dahil edilerek, olası melez temsillerin de analiz edilmesi amaçlanmıştır.

Çalışmamız kapsamında yapılacak inceleme çerçevesinde aylaklık iki ana temel unsur ve bunlara yönelik alt başlıklar üzerinden derinlemesine analiz edilerek, içerik analizi aracılığıyla bu temsillere yönelik frekanslara ulaşılmaya çalışılacaktır: öncelikli olarak aylaklığa işaret eden “meta” bir başka deyişle tüketim unsurları analiz edilerek, bu çerçevede başta Frankfurt Okulu olmak üzere temel çerçevesini oluşturduğumuz televizyon kuramsalı ile eşgüdüm ele alınacaktır. Buna ek olarak, kültürel ölçekte aylaklık kavramı çalışmanın analizine ve tartışmaya dahil edilmiş, bu vesileyle temel kuramsalımızı dayandırdığımız post-modern dünyada değişen aylaklık tanımı incelenebilir olmuştur. Bu veçhede; aylaklık kavramının kültürel ve tüketimsel unsurlarının ayrı ayrı ve kümülatif olarak incelenmesi amaçlanmıştır.

Çalışmamız kapsamında, aylaklık unsurunun ve aylak karakterlerin daha belirgin bir biçimde tanımlanabilmesi ya da kristalize edilebilmesi amacıyla, karşıtlıkların incelenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda aylak olan-aylak olmayan, aylak olan-farklı bir tip aylaklık sürdüren, gibi ayrımları keskinleştirecek aylak

tasarımlarının analiz edilmesi amaçlanmıştır. Bahsi geçen aylak tasarımları gündelik hayat pratikleri içerisinde görünür olan unsurlar çerçevesinde analiz edilecektir.

Aylaklık unsuru, “aylak karakterler” incelenirken, günümüz Türkiye’inde en yaygın ve ücretsiz mecra olan televizyon seçilerek, genel izleyiciye yapılan temsillerin irdelenmesi amaçlanmış, bu yolla izleyici ile kurulması muhtemel bağın irdelenmesi hedeflenmiştir.

3.2. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ VE SINIRLILIKLARI

Araştırma, televizyon dizileri üzerinden yapılmış olup, dizileri doğru belirleyebilmek için, yarım televizyon sezonu yani, 2018 Eylül, Ekim, Kasım ve Aralık ayları içinde totalde ve prime timeda %2 ve üzeri reyting alan ilk beş televizyon kanalı tespit edilmiştir. Opsiyon edinebilmek için elde edilen beş televizyon kanallarından dördünde, belirtilen tarihler içerisinde en çok izlenen dizilerin birer tanesi ilk bölümünden itibaren sekiz bölümü kapsayacak şekilde takip edilmiş, analize dahil edilmiştir. Televizyon İzleme Araştırmaları Anonim Şirketi (TİAK)²³ web sitesinden alınan televizyon kanallarının aylık reyting ölçümleri ve TV8²⁴ web sitesinden alınan günlük reyting sonuçları neticesinde bu kanallar ve dizileri aşağıdaki gibi tespit edilmiştir;

²³ <http://tiak.com.tr/tablolalar>

²⁴ <https://www.tv8.com.tr/rejting-sonuclari>

Tablo 5: 2018 Eylül ayının televizyon kanalları bazlı toplu reyting sonuçları

Timebands >> KANAL	Total Day		Prime Time (20:00-23:00)		OPT (07:00-20:00)		OPT 07:00-18:00		PT 18:00-25:00		PT 18:00-24:00		PT 19:00-24:00	
	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE
TTV	15.74	100.00	35.25	100.00	15.26	100.00	13.66	100.00	28.64	100.00	30.51	100.00	32.41	100.00
360	0.10	0.63	0.35	1.00	0.07	0.48	0.07	0.50	0.22	0.77	0.25	0.80	0.28	0.87
A2 TV	0.51	3.21	0.88	2.48	0.66	4.35	0.57	4.17	0.79	2.75	0.88	2.87	0.90	2.76
A HABER	0.32	2.06	0.50	1.42	0.33	2.15	0.31	2.28	0.46	1.62	0.47	1.53	0.48	1.49
A SPOR	0.19	1.24	0.41	1.17	0.16	1.02	0.14	1.05	0.36	1.26	0.35	1.16	0.38	1.18
ATV	1.55	9.84	3.73	10.58	1.55	10.13	1.42	10.37	2.87	10.03	3.13	10.25	3.34	10.31
BEVAZ TV	0.23	1.47	0.46	1.30	0.23	1.49	0.20	1.45	0.41	1.42	0.42	1.37	0.41	1.28
CNN TÜRK	0.16	1.01	0.28	0.80	0.16	1.05	0.15	1.10	0.25	0.88	0.26	0.84	0.26	0.81
DISNEY CHANNEL	0.19	1.21	0.24	0.69	0.27	1.74	0.25	1.83	0.24	0.83	0.26	0.86	0.25	0.78
DMAX	0.21	1.32	0.37	1.04	0.20	1.30	0.18	1.32	0.34	1.19	0.34	1.12	0.35	1.08
FOX TV	1.20	7.63	3.31	9.38	1.08	7.08	0.84	6.18	2.58	9.01	2.82	9.24	3.11	9.59
HABERTÜRK	0.15	0.98	0.28	0.80	0.13	0.85	0.12	0.90	0.26	0.92	0.26	0.84	0.27	0.84
HALK TV	0.08	0.52	0.17	0.48	0.09	0.57	0.08	0.61	0.13	0.47	0.14	0.47	0.15	0.48
KANAL 7	0.63	3.97	1.18	3.35	0.68	4.47	0.62	4.55	1.02	3.55	1.07	3.50	1.03	3.18
KANAL D	1.02	6.46	2.67	7.57	0.88	5.75	0.75	5.49	2.09	7.31	2.25	7.37	2.44	7.52
MINIKA COCUK	0.10	0.63	0.14	0.41	0.13	0.85	0.12	0.91	0.13	0.46	0.14	0.47	0.14	0.43
NTV	0.18	1.13	0.31	0.88	0.18	1.15	0.17	1.23	0.28	0.98	0.28	0.92	0.29	0.89
PLANET COCUK	0.03	0.19	0.04	0.12	0.04	0.27	0.04	0.29	0.04	0.13	0.04	0.13	0.04	0.13
SHOW TV	1.05	6.67	2.91	8.25	0.87	5.70	0.66	4.82	2.34	8.17	2.55	8.34	2.77	8.53
SONY CHANNEL	0.04	0.23	0.08	0.23	0.03	0.17	0.02	0.18	0.07	0.25	0.07	0.24	0.08	0.25
STAR TV	1.10	6.99	3.48	9.87	0.75	4.92	0.64	4.69	2.53	8.83	2.73	8.94	3.06	9.43
TEVE2	0.26	1.66	0.41	1.16	0.30	1.96	0.28	2.08	0.37	1.29	0.38	1.24	0.38	1.16
TGRT HABER	0.15	0.97	0.27	0.76	0.16	1.02	0.15	1.09	0.23	0.80	0.24	0.77	0.25	0.76
TLC	0.14	0.91	0.20	0.56	0.13	0.85	0.12	0.85	0.23	0.79	0.21	0.68	0.21	0.65
TRT 1	0.74	4.68	2.36	6.69	0.51	3.35	0.46	3.36	1.67	5.83	1.83	6.01	2.06	6.36
TRT KURDI	0.01	0.05	0.02	0.05	0.01	0.06	0.01	0.07	0.01	0.04	0.01	0.04	0.01	0.04
TRT BELGESEL	0.11	0.69	0.23	0.65	0.11	0.69	0.10	0.75	0.17	0.60	0.18	0.60	0.20	0.60
TRT COCUK	0.53	3.37	0.60	1.69	0.77	5.04	0.76	5.56	0.58	2.01	0.63	2.06	0.60	1.86
TRT HABER	0.31	1.98	0.55	1.55	0.35	2.30	0.33	2.38	0.47	1.65	0.50	1.63	0.50	1.56
TRT MUZIK	0.05	0.31	0.10	0.30	0.05	0.31	0.04	0.32	0.09	0.30	0.09	0.30	0.09	0.29
TRT SPOR	0.20	1.25	0.48	1.35	0.14	0.94	0.13	0.93	0.40	1.40	0.40	1.31	0.44	1.34
TV4	0.01	0.05	0.01	0.04	0.01	0.06	0.01	0.06	0.01	0.04	0.01	0.04	0.01	0.04
TV8	0.80	5.06	1.99	5.63	0.71	4.64	0.58	4.26	1.63	5.68	1.74	5.69	1.77	5.46
TV8,5	0.08	0.53	0.16	0.46	0.09	0.59	0.09	0.64	0.13	0.47	0.14	0.46	0.15	0.46
TVT	0.03	0.21	0.08	0.22	0.03	0.21	0.03	0.21	0.06	0.22	0.07	0.22	0.07	0.21
ULUSAL KANAL	0.01	0.04	0.01	0.02	0.01	0.04	0.01	0.05	0.01	0.03	0.01	0.03	0.01	0.03
ÜLKE TV	0.04	0.28	0.09	0.26	0.04	0.29	0.04	0.30	0.07	0.26	0.07	0.25	0.08	0.24

Tabloda görüldüğü üzere 2018 Eylül ayının prime timeda %2 ve üzerinde izlenen kanalları sırasıyla aşağıdaki gibi belirlenmiştir;

- ATV - %3,73
- Star TV - %3,48
- Fox TV - %3,31
- Show TV - %2,91
- Kanal D - %2,67
- TRT 1 - %2,36

Tablo 6: 2018 Ekim ayının televizyon kanalları bazlı toplu reyting sonuçları

Timebands >>	Total Day		Prime Time (20:00-23:00)		OPT (07:00-20:00)		OPT 07:00-18:00		PT 18:00-25:00		PT 18:00-24:00		PT 19:00-24:00	
	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE
KANAL	17.49	100.00	41.77	100.00	16.56	100.00	13.95	100.00	34.21	100.00	36.83	100.00	38.78	100.00
TTV	0.11	0.63	0.39	0.95	0.08	0.49	0.07	0.49	0.26	0.75	0.28	0.77	0.32	0.84
360	0.47	2.70	0.86	2.07	0.61	3.66	0.47	3.40	0.82	2.39	0.91	2.48	0.91	2.35
A2 TV	0.33	1.89	0.49	1.18	0.36	2.16	0.32	2.31	0.49	1.42	0.50	1.35	0.49	1.27
A HABER	0.19	1.08	0.42	1.01	0.15	0.91	0.13	0.94	0.36	1.06	0.37	0.99	0.39	1.00
A SPOR	2.19	12.50	6.14	14.70	1.96	11.80	1.71	12.29	4.56	13.33	5.04	13.69	5.41	13.95
ATV	0.30	1.74	0.69	1.66	0.29	1.74	0.24	1.72	0.57	1.66	0.60	1.62	0.59	1.53
BEYAZ TV	0.18	1.02	0.34	0.82	0.18	1.06	0.16	1.16	0.29	0.86	0.30	0.81	0.30	0.77
CNN TÜRK	0.15	0.87	0.17	0.42	0.22	1.35	0.20	1.41	0.20	0.58	0.22	0.61	0.20	0.52
DISNEY CHANNEL	0.22	1.25	0.42	1.01	0.20	1.18	0.17	1.22	0.39	1.15	0.38	1.04	0.39	1.02
DMAX	1.67	9.55	4.60	11.01	1.47	8.86	1.01	7.25	3.88	11.34	4.27	11.60	4.63	11.93
FOX	0.15	0.86	0.26	0.63	0.13	0.78	0.11	0.82	0.26	0.77	0.25	0.69	0.26	0.67
HABERTÜRK	0.11	0.65	0.22	0.53	0.13	0.77	0.12	0.88	0.18	0.53	0.19	0.52	0.20	0.51
HALK TV	0.63	3.59	1.30	3.11	0.70	4.20	0.59	4.26	1.08	3.17	1.17	3.18	1.10	2.85
KANAL 7	1.01	5.79	2.73	6.54	0.88	5.34	0.76	5.43	2.09	6.11	2.25	6.12	2.51	6.47
KANAL D	0.10	0.57	0.12	0.30	0.14	0.82	0.13	0.92	0.13	0.37	0.14	0.37	0.12	0.32
MINIKA COÇUK	0.18	1.04	0.31	0.73	0.19	1.12	0.17	1.22	0.29	0.86	0.29	0.79	0.29	0.74
NTV	1.35	7.73	3.93	9.40	1.06	6.40	0.74	5.32	3.21	9.39	3.52	9.55	3.82	9.85
SHOW TV	1.25	7.12	3.79	9.07	0.91	5.49	0.71	5.07	2.92	8.53	3.19	8.65	3.47	8.95
STAR TV	0.26	1.50	0.45	1.08	0.31	1.87	0.25	1.80	0.44	1.28	0.47	1.27	0.41	1.05
TEVE2	0.16	0.90	0.27	0.65	0.16	0.96	0.14	1.01	0.26	0.75	0.26	0.70	0.26	0.66
TGRT HABER	0.14	0.81	0.23	0.54	0.13	0.79	0.12	0.83	0.23	0.68	0.22	0.60	0.22	0.58
TLC	0.76	4.34	2.62	6.28	0.51	3.09	0.40	2.86	1.86	5.45	2.06	5.59	2.30	5.93
TRT 1	0.11	0.61	0.24	0.57	0.10	0.63	0.10	0.70	0.18	0.52	0.19	0.51	0.20	0.51
TRT BELGESEL	0.57	3.23	0.56	1.33	0.84	5.10	0.81	5.81	0.62	1.81	0.67	1.83	0.61	1.58
TRT COÇUK	0.35	1.99	0.55	1.32	0.41	2.45	0.37	2.62	0.53	1.54	0.55	1.50	0.53	1.36
TRT HABER	0.01	0.05	0.02	0.05	0.01	0.05	0.01	0.06	0.01	0.04	0.02	0.04	0.02	0.04
TRT KURDI	0.05	0.27	0.11	0.27	0.05	0.29	0.04	0.31	0.09	0.25	0.09	0.25	0.09	0.24
TRT MUZİK	0.17	0.96	0.42	1.01	0.12	0.71	0.10	0.71	0.36	1.05	0.36	0.99	0.40	1.03
TRT SPOR	0.01	0.04	0.01	0.03	0.01	0.05	0.01	0.05	0.01	0.03	0.01	0.03	0.01	0.03
TV4	1.03	5.88	2.91	6.97	0.83	5.03	0.69	4.91	2.24	6.55	2.39	6.50	2.51	6.46
TV8	0.09	0.49	0.15	0.37	0.10	0.58	0.09	0.63	0.14	0.40	0.14	0.39	0.15	0.38
TV8,5	0.04	0.21	0.06	0.15	0.04	0.27	0.04	0.28	0.06	0.17	0.06	0.17	0.06	0.15
TVT	0.01	0.05	0.01	0.03	0.01	0.06	0.01	0.06	0.01	0.03	0.01	0.03	0.01	0.03
ULUSAL KANAL	0.05	0.27	0.11	0.25	0.04	0.26	0.04	0.28	0.09	0.25	0.09	0.24	0.09	0.24
ÜLKE TV	3.11	17.81	5.83	13.96	3.26	19.70	2.92	20.95	5.11	14.94	5.36	14.54	5.50	14.19
OTHER CHANNELS														

Tabloda görüldüğü üzere 2018 Ekim ayının prime timedada %2 ve üzerinde izlenen kanalları sırasıyla aşağıdaki gibi belirlenmiştir;

- ATV - %6,14
- Fox TV - %4,60
- Show TV – %3,93
- Star TV - %3,79
- TV8 - %2,91
- Kanal D - %2,73
- TRT 1 - %2,62

Tablo 7: 2018 Kasım ayının televizyon kanalları bazlı toplu reyting sonuçları

Ay ve yıl seçiniz: 11 ▼ 2018 ▼ Tüm Kişiler ▼														
Timebands >>	Total Day		Prime Time (20:00-23:00)		OPT (07:00-20:00)		OPT 07:00-18:00		PT 18:00-25:00		PT 18:00-24:00		PT 19:00-24:00	
KANAL	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE
TTV	19.77	100.00	46.28	100.00	18.94	100.00	15.76	100.00	38.75	100.00	41.70	100.00	43.32	100.00
360	0.11	0.58	0.37	0.81	0.09	0.46	0.08	0.50	0.25	0.64	0.27	0.64	0.31	0.71
A2 TV	0.53	2.66	0.95	2.05	0.69	3.64	0.53	3.39	0.91	2.35	1.02	2.45	1.00	2.31
A HABER	0.32	1.61	0.46	1.00	0.36	1.89	0.32	2.06	0.45	1.17	0.46	1.11	0.45	1.03
A SPOR	0.20	0.99	0.40	0.85	0.16	0.87	0.14	0.90	0.36	0.94	0.36	0.87	0.38	0.87
ATV	2.42	12.26	6.35	13.73	2.28	12.05	2.00	12.68	4.88	12.59	5.40	12.96	5.68	13.11
BEYAZ TV	0.36	1.84	0.79	1.70	0.35	1.86	0.29	1.84	0.66	1.71	0.70	1.67	0.69	1.58
CNN TÜRK	0.18	0.89	0.34	0.73	0.18	0.94	0.16	1.01	0.29	0.75	0.30	0.72	0.29	0.68
DISNEY CHANNEL	0.16	0.79	0.14	0.31	0.24	1.25	0.22	1.38	0.18	0.47	0.20	0.49	0.18	0.41
DMAX	0.24	1.23	0.40	0.87	0.23	1.23	0.20	1.28	0.40	1.04	0.40	0.97	0.40	0.92
FOX	1.94	9.82	5.05	10.91	1.82	9.62	1.23	7.78	4.46	11.51	4.94	11.84	5.17	11.94
HABERTÜRK	0.15	0.76	0.24	0.51	0.13	0.71	0.12	0.76	0.26	0.66	0.24	0.58	0.24	0.55
HALK TV	0.12	0.58	0.20	0.44	0.13	0.70	0.13	0.80	0.18	0.47	0.19	0.45	0.19	0.44
KANAL 7	0.74	3.73	1.45	3.14	0.83	4.39	0.69	4.36	1.30	3.36	1.39	3.34	1.29	2.97
KANAL D	1.34	6.77	3.73	8.06	1.13	5.99	0.95	6.03	2.84	7.32	3.06	7.34	3.34	7.70
MINİKA COCUK	0.10	0.53	0.13	0.28	0.14	0.75	0.13	0.83	0.14	0.36	0.15	0.36	0.14	0.31
NTV	0.18	0.91	0.27	0.58	0.19	1.02	0.18	1.13	0.28	0.72	0.27	0.64	0.25	0.59
SHOW TV	1.45	7.32	4.09	8.85	1.17	6.18	0.82	5.22	3.40	8.77	3.71	8.89	4.01	9.25
STAR TV	1.31	6.61	4.04	8.72	0.92	4.84	0.66	4.20	3.19	8.24	3.48	8.34	3.76	8.68
TEVE2	0.32	1.63	0.50	1.09	0.42	2.21	0.29	1.86	0.57	1.47	0.64	1.53	0.51	1.19
TGRT HABER	0.15	0.75	0.22	0.47	0.17	0.88	0.15	0.93	0.22	0.58	0.23	0.54	0.22	0.50
TLC	0.16	0.80	0.25	0.54	0.14	0.75	0.12	0.79	0.26	0.68	0.25	0.60	0.25	0.58
TRT 1	1.10	5.54	4.25	9.18	0.64	3.36	0.49	3.10	2.89	7.46	3.23	7.74	3.60	8.30
TRT BELGESEL	0.13	0.64	0.26	0.57	0.12	0.63	0.11	0.71	0.21	0.53	0.21	0.51	0.23	0.52
TRT COCUK	0.68	3.43	0.60	1.30	1.02	5.36	1.00	6.32	0.70	1.81	0.75	1.80	0.67	1.55
TRT HABER	0.38	1.93	0.55	1.18	0.47	2.46	0.42	2.68	0.55	1.43	0.57	1.38	0.54	1.24
TRT KURDI	0.01	0.04	0.03	0.05	0.01	0.04	0.01	0.05	0.02	0.04	0.02	0.04	0.02	0.05
TRT MUZİK	0.05	0.27	0.12	0.26	0.06	0.30	0.05	0.32	0.09	0.24	0.10	0.24	0.10	0.24
TRT SPOR	0.17	0.88	0.39	0.85	0.12	0.63	0.10	0.63	0.37	0.95	0.36	0.86	0.39	0.89
TV4	0.01	0.04	0.01	0.03	0.01	0.04	0.01	0.05	0.01	0.03	0.01	0.03	0.01	0.03
TV8	1.23	6.20	3.33	7.19	0.99	5.23	0.81	5.12	2.67	6.89	2.85	6.83	2.98	6.87
TV8,5	0.09	0.45	0.15	0.32	0.10	0.51	0.08	0.52	0.15	0.39	0.15	0.36	0.15	0.35
TVT	0.04	0.19	0.06	0.13	0.04	0.23	0.04	0.27	0.05	0.14	0.06	0.14	0.06	0.13
ULUSAL KANAL	0.01	0.04	0.01	0.02	0.01	0.04	0.01	0.04	0.01	0.03	0.01	0.03	0.01	0.03
ÜLKE TV	0.05	0.27	0.11	0.24	0.05	0.26	0.04	0.27	0.10	0.25	0.10	0.23	0.10	0.24
OTHER CHANNELS	3.37	17.04	6.03	13.02	3.54	18.69	3.19	20.21	5.43	14.01	5.62	13.47	5.75	13.26

Tabloda görüldüğü üzere 2018 Kasım ayının prime timedaki %2 ve üzerinde izlenen kanalları sırasıyla aşağıdaki gibi belirlenmiştir;

- ATV - %6,35
- Fox TV - %5,05
- TRT 1 - %4,25
- Show TV – %4,09
- Star TV - %4,04
- Kanal D - %3,73
- TV8 - %3,33

Tablo 8: 2018 Aralık ayının televizyon kanalları bazlı toplu reyting sonuçları

Timebands >>		Total Day		Prime Time (20:00-23:00)		OPT (07:00-20:00)		OPT 07:00-18:00		PT 18:00-25:00		PT 18:00-24:00		PT 19:00-24:00	
KANAL	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	RTG %	SHARE	
TTV	21.27	100.00	47.75	100.00	20.74	100.00	17.51	100.00	40.73	100.00	43.58	100.00	45.07	100.00	
360	0.13	0.61	0.39	0.82	0.10	0.47	0.09	0.52	0.27	0.67	0.29	0.67	0.33	0.74	
A2	0.52	2.45	0.93	1.94	0.68	3.28	0.56	3.20	0.86	2.11	0.94	2.17	0.92	2.04	
AHABER	0.37	1.75	0.59	1.23	0.41	1.95	0.38	2.16	0.54	1.32	0.55	1.25	0.55	1.21	
A SPOR TV	0.26	1.20	0.62	1.30	0.22	1.04	0.18	1.04	0.51	1.25	0.52	1.20	0.55	1.22	
ATV	2.42	11.39	5.91	12.37	2.40	11.59	2.13	12.15	4.70	11.55	5.21	11.95	5.43	12.05	
BEYAZ TV	0.39	1.81	0.82	1.72	0.37	1.78	0.31	1.78	0.70	1.71	0.73	1.67	0.72	1.60	
CNN TURK	0.19	0.88	0.32	0.68	0.19	0.93	0.18	1.00	0.30	0.73	0.30	0.69	0.30	0.66	
DISNEY CHANNEL	0.17	0.81	0.16	0.33	0.26	1.26	0.24	1.40	0.19	0.47	0.21	0.49	0.19	0.41	
DMAX	0.27	1.28	0.41	0.87	0.27	1.29	0.25	1.40	0.42	1.03	0.41	0.93	0.41	0.92	
FOX	2.05	9.65	5.24	10.97	1.94	9.36	1.32	7.52	4.68	11.50	5.17	11.87	5.38	11.95	
HABER TURK	0.16	0.73	0.24	0.50	0.15	0.72	0.14	0.78	0.25	0.60	0.23	0.53	0.23	0.51	
HALK TV	0.12	0.58	0.23	0.47	0.13	0.63	0.13	0.72	0.20	0.49	0.20	0.46	0.21	0.46	
KANAL 7	0.81	3.79	1.61	3.36	0.92	4.45	0.77	4.39	1.42	3.48	1.52	3.49	1.42	3.14	
KANAL D	1.54	7.24	4.12	8.63	1.38	6.64	1.13	6.48	3.23	7.94	3.53	8.10	3.71	8.24	
MINIKA COCUK	0.11	0.54	0.14	0.30	0.15	0.74	0.14	0.82	0.15	0.37	0.16	0.36	0.14	0.31	
NTV	0.20	0.94	0.30	0.63	0.21	1.01	0.20	1.14	0.31	0.76	0.29	0.66	0.28	0.63	
SHOW TV	1.39	6.55	3.60	7.53	1.19	5.73	0.86	4.89	3.14	7.71	3.40	7.80	3.66	8.12	
STAR TV	1.35	6.34	4.05	8.49	0.95	4.58	0.70	4.02	3.23	7.94	3.51	8.05	3.80	8.43	
TEVE2	0.36	1.67	0.53	1.10	0.43	2.06	0.31	1.79	0.64	1.56	0.67	1.53	0.55	1.21	
TGRT HABER	0.16	0.75	0.21	0.45	0.18	0.86	0.16	0.92	0.23	0.58	0.23	0.53	0.22	0.49	
TLC	0.17	0.79	0.23	0.48	0.14	0.69	0.12	0.70	0.26	0.64	0.24	0.55	0.24	0.52	
TRT 1	1.16	5.46	4.05	8.49	0.75	3.63	0.59	3.34	2.94	7.22	3.25	7.46	3.56	7.89	
TRT BELGESEL	0.21	0.97	0.40	0.83	0.21	1.01	0.20	1.12	0.33	0.82	0.34	0.79	0.35	0.78	
TRT COCUK	0.78	3.67	0.63	1.33	1.17	5.66	1.16	6.62	0.77	1.89	0.82	1.88	0.73	1.63	
TRT HABER	0.45	2.12	0.61	1.28	0.56	2.70	0.51	2.92	0.64	1.58	0.66	1.52	0.61	1.36	
TRT KURDI	0.01	0.04	0.03	0.06	0.01	0.04	0.01	0.05	0.02	0.04	0.02	0.05	0.02	0.05	
TRT MUZIK	0.06	0.31	0.15	0.31	0.07	0.32	0.06	0.34	0.12	0.28	0.12	0.28	0.12	0.27	
TRT SPOR	0.17	0.79	0.43	0.89	0.12	0.56	0.10	0.55	0.36	0.89	0.36	0.82	0.39	0.86	
TV4	0.01	0.05	0.02	0.04	0.01	0.05	0.01	0.06	0.02	0.04	0.02	0.03	0.02	0.04	
TV8	1.42	6.69	3.99	8.36	1.14	5.51	0.93	5.30	3.14	7.71	3.34	7.66	3.52	7.81	
TV8,5	0.10	0.46	0.17	0.36	0.10	0.48	0.08	0.47	0.17	0.42	0.17	0.40	0.18	0.40	
TVT	0.04	0.18	0.08	0.17	0.04	0.20	0.04	0.23	0.06	0.15	0.07	0.15	0.07	0.16	
ULUSAL KANAL	0.01	0.04	0.01	0.02	0.01	0.05	0.01	0.05	0.01	0.03	0.01	0.03	0.01	0.02	
ULKE TV	0.06	0.28	0.11	0.24	0.06	0.27	0.05	0.29	0.10	0.26	0.10	0.24	0.11	0.25	
OTHER CHANNELS	3.66	17.19	6.42	13.44	3.83	18.46	3.47	19.83	5.82	14.28	5.99	13.74	6.15	13.64	

Tabloda görüldüğü üzere 2018 Aralık ayının prime timedaki %2 ve üzerinde izlenen kanalları sırasıyla aşağıdaki gibi belirlenmiştir;

- ATV - %5,91
- Fox TV - %5,24
- Kanal D - %4,12
- TRT 1 - %4,05
- Star TV - %4,05
- TV8 - %3,99
- Show TV – %3,60

Bu izleme oranlarının ortalamasını aldığımızda aşağıdaki gibi bir tablo ortaya çıkmaktadır;

Tablo 9: Televizyon kanallarının dört aylık reyting ortalamaları

Televizyon Kanalı	Eylül 2018	Ekim 2018	Kasım 2018	Aralık 2018	Ortalama
ATV	%3,73	%6,14	%6,35	%5,91	%5,53
Fox TV	%3,31	%4,60	%5,05	%5,24	%4,55
Kanal D	%2,67	%2,73	%3,73	%4,12	%3,31
Show TV	%2,91	%3,93	%4,09	%3,60	%3,63
Star TV	%3,48	%3,79	%4,04	%4,05	%3,84
TRT 1	%2,36	%2,62	%4,25	%4,05	%3,32
TV 8	-	%2,91	%3,33	%3,99	%2,55

Dolayısıyla çalışmamızda takip edeceğimiz ilk beş kanaldan dördü, tablodaki veriler neticesinde, aşağıdaki gibi belirlenmiştir;

- ATV
- Fox TV
- Star TV
- TRT 1

Televizyon kanalları üzerinde takip edeceğimiz diziler, TV 8 websitesindeki günlük reyting verilerinin 2018 Eylül, Ekim, Kasım, Aralık aylarının ikinci

haftalarının yedişer günlük sıralamalarına göre seçilmiştir²⁵. Diziler, bu aylarda devam etmekte olan ve reytinglerin üst sıralarında yer alan yapımlar arasından tercih edilmiştir. Dört aydan birer haftalık toplam yirmi sekiz günlük reyting sonuçları göz önüne alınarak diziler aşağıdaki gibi belirlenmiştir;

- ATV – Eşkîya Dünyaya Hükümdar Olmaz
- Fox TV – Yasak Elma
- Star TV – Ufak Tefek Cinayetler
- TRT 1 – Kalk Gidelim

Belirlenen diziler, karakterlere ve olaylara daha iyi hakim olabilmek için, ilk bölümden itibaren her biri sekiz bölüm olmak üzere izlenecektir. Araştırmada her dizinin konusu paylaşıldıktan sonra, karakterlerin, tüketim ve boş zaman alışkanlıkları ve kıt kaynaklara erişimleri ve benzeri bileşenler tespit edilmeye çalışılacaktır. Ardından televizyon dizileri bu karakterlerle beraber gündelik yaşam bağlamında ele alınacaktır. Araştırmamızda konu akışı içinde karakterleri tezimizin birinci bölümünde ele aldığımız aylak öznenin statü göstergeleri olan;

- Kıt kaynaklara erişim (Sınırlı sayıda üretilen araba, mücevher gibi)
- Gösterişçi tüketim
- Onurla ilişkilendirilmiş emek; kıstaslarıyla ele alınarak tablolaştırılacak ve tablo üzerinden yorumlanacaktır.

Araştırmanın ikinci ayağında; televizyon dizisinde temsil edilen aylağa dair bilgiler birleştirilerek, aylağın nasıl bir atmosferde ne gibi metinlerle temsil edildiği ve seyirciye ne gibi kodlarla sunulduğu gündelik hayat bağlamında tespit edilmeye çalışılacaktır. Çalışmanın neticesinde, televizyonun aylak temsillerin gösteri alanı olup olmadığı ve aylağın gündeliği içerisinde statü paydaşları ve diğerleriyle kurduğu iletişim ve öyküden bireyin aylak özne karşısındaki statüsü tespit edilmeye çalışılacaktır. Böylece karakterler üzerinden incelenerek, tezimizin birinci bölümünde

²⁵ <https://www.tv8.com.tr/rejting-sonuclari>

statü olarak ele alınan aylağı televizyon örnekleriyle destekleyerek toplumsal hayattaki statüsünü anlamaya çalışıp, Veblen'in erken sanayi dönemi sınıf olarak konumlandığı aylaklıkla karşılaştırmalı olarak günümüz aylağı yeniden yorumlanmaya çalışılacaktır.

3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada, dizi karakterleri, aylaklığın statü göstergeleri üzerinden ele alınarak, aylak nitelik taşıyıp taşımadığı bilgisine erişebilmeye ve hemen ardından da mevcut metin ve hikayenin aylak yaşantıya dair taşıdığı ipuçlarını izleyebilmeye olanak sağlayan bir araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Bu araştırma yöntemi doğrultusunda, oluşturulmuş kodlar üzerinden, aylak karakterin gündeliğini nicel veriler olarak elde ederek, izlenilen metin bilgisiyle birleştirilerek yorumlamaya gidilecektir. Oluşturulan kodlar, çalışmamızın kuramsalında ortaya koyduğumuz aylağın statü bileşenleri ve onları karşılayan olgularla belirlenecektir. Ardından bu kodlara karşılık gelen olgular kullanım sıklığına ve yoğunluğuna göre belirlenerek, olay içindeki bağlamlarıyla çözümlenecektir.

Çalışmanın ikinci kısmında ise, aylağın gündeliği, gündelik yaşam anlatısı içerisinde tespit edilmeye çalışılacaktır. Aylağın gündeliğinin gösterisi olan eşyalar, mekanlar, kişiler gibi simgeler kodlanarak nicel verilere ulaşılabilecektir. Hemen ardından ise tüm bu simgeler bağlamlarıyla ele alınarak, nicel verilerin yanında nitel yorumlamayla da açıklanmaya çalışılacaktır.

Tüm bunları yaparken yukarıda bahsi geçen türde verileri elde edebilmek için “ nitel içerik çözümlenmesi” yönteminden faydalanılacaktır. Bu yöntem, nicel verileri nitel olarak yorumlayabilme ve nitel verilerin ise nicel olarak ifade edilebilmesine imkan tanıdığı için tercih edilmiştir (Deveci; 2015: 452). İçerik analizinin tercih edilmesinin sebebi; televizyon dizilerinin “metin” olarak ele alındığı çalışmada, bu metindeki “içeriğin” taşıdığı iletilebilen her anlam, sözcük, sembol, tema, düşünce neye gönderme yapıyorsa, tespit etmeye daha uygun bir yöntem oluşudur (Neuman;

2017: 466). İki adımdan oluşan çalışmada, dizi karakterlerinin aylaklığı ve aylığın gündelik hayatı anlaşılmasına çalışılacaktır.

3.4. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

Aylak sınıfların günümüzde geçirdiği dönüşüme dair varsayımlar;

- Aylak sınıflar, her ne kadar Veblen tarafından erken sanayi döneminde kuramsallaştırılmış olsalar da günümüzde varlığını devam ettirmektedir.

- Aylak sınıflar yeni çalışma etiği doğrultusunda günümüzde yarı-aylak hale gelmişlerdir. Aylaklar artık, üst pozisyonlarda, işlerinin devamlılığını ve verimliliğini kontrol etmekte, işten arta kalan zamanlarında ise alışlagelmiş boş zaman etkinliklerini gerçekleştirir şekilde temsil edilmektedir.

- Refah kapitalizmiyle beraber emek sınıfı da bir takım işten arta kalan boş zaman hakları elde etmiştir. Fakat belli bir üretim karşısında kazanılmaksızın, statüyle elde edilen boş zaman hala aylığın en büyük lükslerinden biridir. Aylak her ne kadar yarı-aylağa dönüşmüş olsa da iş dışı serbest zaman aylaklığının önemli bir göstergesi olarak temsil edilmektedir.

- Aylak gösterişçi tüketim, kıt kaynaklara erişim ile ilişkilendirilmiştir, bu çerçevede aylaklığı temsil ettiği varsayılan post fordist üretim anlayışının çıktısı, kıt kaynaklar ve kişiselleştirilmiş ürünler aylığın temsilinin bir parçasıdır.

Televizyon dizilerinde aylak karakterlerin ve aylak yaşantının temsiline dair varsayımlar;

- Gösterişli ve abartılı öğeler taşıyan aylak yaşantılar, bu yönleriyle emek sınıfının merak ve öykünme gibi duygularını okşayarak ilgi çekici bir unsur olarak televizyon dizilerinde yer almaktadır.

- Televizyon gündelik hayatın gerçeküstü bir yansıması olarak gündelik hayatı taklit etmektedir. Bu sebeple aylaklığın da görece gerçekçi bir temsille günümüzde dönüşmüş olduğu son haliyle televizyonda yer almaktadır.

- Aylak karakterler de, televizyon dizilerinde, gösterişçi tüketim, kıt kaynaklara erişim ve onurla ilişkilendirilmiş emek yoluyla aylak statülerini belli etmektedirler.

İhtiyaç fazlası, lüks ve abartılı metaların kullanımı, onurlu etkinlikler ve sınırlı metalara erişim aylaklığın göstergelerinden biri olarak seyirciye sunulmaktadır.

- Aylak karakterlerin, sahip olduğu ayrıcalıklar doğrultusunda, emek sarfeden sınıfla aralarında derin bir uçurum yaratılmıştır. Emek sınıfı; çalışan, hizmetçi, bahçıvan gibi pozisyonlarda çalışarak, aylak sınıfa hizmet etmektedir. Ücretli çalışanların fazlalığı televizyon dizilerinde aylağı temsili olarak ön plana çıkmaktadır.

- Kadın, varyetin gösterisi olarak aylak erk sahibi erkek tarafından metalaştırılmıştır. Kadının çalışmaya gerek duymaması, sahip olduğu mücevherler, katıldığı gruplar vs. baba veya koca olan erkeğe güç kazandıran ve onun varyetini temsil eden unsurlar olarak görünür olmaktadır.

- Televizyon dizilerindeki aylak yaşantıda, iş ve özel yaşam birbirine girmiş girift bir haldedir. İş yaşamı, iş yeri sahipliği ve yönetici olmakla ilintili olarak gündelik hayatta önemli bir yer kaplamaktadır. Aylağın aylaklığının devamlılığının sağlayan yegane unsur iş sahipliği olduğu için de özel hayatın ayrılmaz bir parçası olarak temsil edilmektedir.

3.5. ELDE EDİLEN BULGULAR

Aylak özne ve aylaklık edimlerinin tümdengelsel bir yöntemle incelendiği çalışmaya öncelikle dizilerde yer alan aylaklar ve aylaklık türleriyle ilgili bilgi verilerek başlanacaktır. Bu sayede ele alınan dizilerdeki aylak öznelerin daha rahat anlaşılacağı düşünülmektedir. Aylak karakterler kendi içlerinde belli gruplara ayrılmakta ve bu durum aylağın gündelik edimleri çerçevesinde şekillenmektedir.

Tablo 10: Ele alınan dizilerdeki aylak karakterler ve türleri

Aylaklık Türü	Diziler				Toplam
	Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz	Yasak Elma	Ufak Tefek Cinayetler	Kalk Gidelim	
Üretim araçlarına sahip	-	-	-	-	-
Veblenci bağlamda aylak	-	-	-	-	-
Üretim araçlarına sahip yeni çalışma etiğinde aylak	-	2	3	-	5
	-	%4,65	%6,97	-	%11,62
Cebir ve güç yoluyla kazanılan aylaklık	14	-	-	-	14
	%32,55	-	-	-	%32,55
Statüsel aylak	1	-	-	-	1
	%2,32	-	-	-	%2,32
Kırsal aylak	-	-	-	3	3
	-	-	-	%6,97	%6,97
Flaneur	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-
Avare	-	1	1	-	2
	-	%2,32	%2,32	-	%4,65
Evlilik yoluyla kazanılan aylaklık	1	2	3	1	7
	%2,32	%4,65	%6,97	%2,32	%16,27
Aylak öznenin çocuğu olarak aylaklık	2	3	4	2	11
	%4,65	%6,97	%9,30	%4,65	%25,58
Toplam	18	8	11	6	43
	%41,86	%18,60	%25,58	%13,95	%100

Tabloda görüldüğü üzere, üretimde pay sahibi olan, yarı aylak üç tip karakter görülmektedir. Bunlar cebir ve güç yoluna aylalık kazanan özen, üretim araçlarına sahip yeni çalışma etiğindeki aylak ve kırsal aylaktır. Cebir ve güç yoluyla elde edilen aylaklık %32,55 ile en yüksek oranda tespit edilmiş aylaklık türüdür. Ancak bu durum konsept içindeki dizinin kendi dinamikleriyle ilintilidir. Bunun dışında iki farklı dizide görülen üretim araçlarına sahip yeni çalışma etiğindeki aylak, daha fazla diziye yayıldığı için en yaygın aylaklık türüdür. Bununla beraber Kalk Gidelim dizisinde aylaklık etmek için toprak, bağ, bahçe, hayvan gibi ögelere sahip kırsal aylağı görmekteyiz.

Tam aylak karakterler ise dört farklı statüde karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan birincisi, Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisindeki statüsel aylak olarak bir bürokrat %2,32 oranıyla tabloya girerken, hiçbir iş görmeyen avare karakterler %4,65 oranında, evlilik yoluyla kazanılan aylaklık %16,27 oranında ve aylak öznenin çocuğu olarak kazanılmış aylaklık %25,58 oranındadır. Tablodan anlaşılacağı üzere aile bağları aylaklığın kazanılmasında en önemli bileşendir. Zira %4,65 oranındaki iki avarede kısmen üreten aylağa akrabalık yoluyla bağlıdır.

Tabloda dikkat çeken en önemli unsur ise hiç üretmeyen ve sürekli gösteriş yapan, tüketen sınıfın yani Veblenci bağlamda aylağın günümüz şartlarını yansıtan dizilerde hiç görülmemiş olmasıdır. Yeni çalışma etiğinde aylak artık işlerin devamlılığı ve verimliliğini kontrol eden özne olmuş ve yarı aylağa evrimleşmiştir. Aylak işlerinin başında duran, az çalışan, raporlarla ve kararlarla zaman geçiren, yine emek üretmeyen ancak bu yaşantının tüm imkanlarını sonuna kadar kullanıp bununla gösteriş yapan kişi olmuştur.

Ayrıca flaneur karakterin görülmemesi de tablonun bir başka “şaşırtmayan” ancak dikkat çekici yanıdır. Şaşırtmayandır çünkü flaneur olabilecek kadar entelektüel birikime sahip herhangi bir karaktere rastlanmayan dizilerde, flaneur olmaya en yakın karakterler olan avareler bile sadece parazitlerden ibarettir. Ayrıca entelektüel bilgiye istedikleri takdirde erişebilecekken, karakterlerin bu zamanı para kazanmak ve zevkü sefa içinde harcamak için kullandıklarından ve ayrıca entelektüel bilginin işlevsizliğine çok yerde yapılan vurgular sebebiyle bu durum mümkün olmamıştır.

Tabloda görüldüğü üzere toplamda yedi tip aylak tespit edilmişlerdir. Bunlar Veblenci bağlamda aylalıktan bahsettiğimiz ve konunun devamında açacağımız sebeplerce uzaklaşmıştır. Veblenci bağlamda aylaklık söz konusu olduğunda, eğer çok zorlanırsa, en fazla iki farklı kategoride -iş sahipliği ve aile- olarak incelenebilecek aylaklık günümüzde farklı statü paydaşlarına dönüşmüştür.

Yeni çalışma etiğinde aylak, aylak olduğu kadar çalışandır da. Yaptığı işin meşakati veya üretime katkısı ne olursa olsun iş başında zaman harcıyorsa bir şekilde işinin bir ucundan tutmuş demektir. Asıl önemli olan ne kadar iş dışı zaman yarattığı, işçisi 12 saat çalışırken onun kaç saat çalıştığıdır. Bu sebeple bir sonraki tabloda karakter edimlerine bakacağız.

Tablo 11: Ele alınan dizilerdeki iş devamlılığı ve boş zaman etkinlikleri tablosu

Karakterlerin Edimleri	Diziler				Toplam
	Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz	Yasak Elma	Ufak Tefek Cinayetler	Kalk Gidelim	
İş devamlılığı	-	102	23	13	138
	-	%32,48	%7,32	%4,14	%43,94
Boş zaman etkinlikleri	10	93	72	1	176
	%3,18	%29,61	%22,92	%0,31	%56,05
Toplam	10	195	91	14	314
	%3,18	%62,10	%28,98	%4,45	%100

Tabloda Eşkuya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisinde herhangi bir endüstriyel faaliyete rastlanmadığı gibi, %3,18'lik kısmında ise boş zaman etkinlikleri izlenmiştir. Bu durum dizinin konsept bir dizi olmasıyla ilintilidir. Bu dizide bir yaşam tarzından ziyade olaylar ve yaşanmışlıklar ele alınmaktadır.

Yasak Elma dizisi, %32,48 oranıyla en çok çalışılan ve %29,61 oranıyla en çok aylıklık yapılan dizi olmuştur. Ufak Tefek Cinayetler dizi ise, %7,32 oranıyla az çalışılıp, %22,92 oranıyla çok aylıklık edilen, aradaki farkın %15,60 olduğu dizi olarak dikkat çekmektedir. Yasak Elma'da görülen emek karşılığı aylıklık, Ufak Tefek Cinayetler'de daha az üretip daha çok aylıklığın edildiği bir sisteme dönüşmüştür.

Kalk Gidelim dizisinde ise çalışma, %4,14 oranında, aylıklık ise %0,31 oranında kalmıştır. Bunun nedeni ise kırsal kültürde çalışmanın kutsanmışlığı olduğu düşünülmektedir. Çalışmaktan başka bir aylıklık kaynağı bilmeyen bu insanlar refah bir hayat için mümkün mertebe çalışmaktadır.

Tablonun genelinde ise çalışma %43,94'te kalırken, aylıklık %56,05 ile öne çıkmıştır. Her ne kadar yeni çalışma etiği, çalışmanın kutsiyeti ve cebirden bahsetsek de, aylıklık günümüz aylak yaşantılarının sunulduğu dizilerde çalışma eyleminden daha fazla ön plana çıkarılmıştır.

Tablo 12: Karakterlerin boş zaman etkinlikleri tablosu

Boş Zaman Etkinlikleri	Diziler				Toplam
	Eşkya Dünyaya Hükümdar Olmaz	Yasak Elma	Ufak Tefek Cinayetler	Kalk Gidelim	
Dernek faaliyetleri	-	2	5	-	7
	-	%1,13	%2,84	-	%3,97
Enstruman dersi almak/Müzik yapmak	-	5	1	-	6
	-	%2,84	%0,56	-	%3,40
Golf oynamak	-	3	-	-	3
	-	%1,70	-	-	%1,70
Mangal/Barbekü	2	1	-	-	3
	%1,13	%0,56	-	-	%1,70
Cemiyete karışmak	-	17	8	1	26
	-	%9,65	%4,54	%0,56	%14,77
Arkadaşlarla buluşma	5	17	27	-	49
	%2,84	%9,65	%15,34	-	%27,84
Lüks mekanda yeme/içme	1	34	18	-	53
	%0,56	%19,31	%10,22	-	%30,11
Kitap okumak	-	5	-	-	5
	-	%2,84	-	-	%2,84
Tenis oynamak	-	1	-	-	1
	-	%0,56	-	-	%0,56

Spor yapmak	-	8	9	-	17
	-	%4,54	%5,11	-	%9,65
Pilates dersi almak	-	-	4	-	4
	-	-	%2,27	-	%2,27
Atıcılık	2	-	-	-	2
	%1,13	-	-	-	%1,13
Toplam	10	93	72	1	176
	%5,68	%52,84	%40,90	%0,56	%100

Karakterlerin boş zaman etkinliklerinin yer aldığı tabloyu incelediğimizde, en az aylıklığın Kalk Gidelim dizisinde %0,56 oranıyla yapıldığı dikkat çekmektedir. En çok aylıklık yapılan dizi ise %52,84 oranıyla Yasak Elma olmuştur. Sırasıyla Eşkya Dünyaya Hükümdar Olmaz %5,68 oranıyla ve Ufak Tefek Cinayetler dizisinde %50,60 oranında boş zaman etkinliklerine yer verilmiştir.

Yasak Elma boş zaman etkinlikleri yani aylak faaliyetlerin en çok çeşitlilik gösterdiği dizi olmuştur, 10 farklı alanda boş zaman edimleri gerçekleştirilmiştir. Onu, yedi farklı alanla Ufak Tefek Cinayetler, dört farklı alanla Eşkya Dünyaya Hükümdar Olmaz ve sadece bir alanda aylıklıkla Kalk Gidelim dizisi izlemiştir.

Tabloda en çok görülen aylak edim arkadaşlarla buluşma %27,84 oranıyla dikkat çekerken, en az başvurulan boş zaman etkinliği %0,56 oranıyla Yasak Elma dizisindeki “tenis oynamak” etkinliği göz çarpmıştır.

Ele alınan dizilerin genel hatlarıyla çalışma ve boş zaman etkinlikleri yukarıdaki şekilde ele alınmıştır. Çalışmanın bundan sonraki kısmında, diziler tek tek ele alınarak aylak öznenin konumu ve onu çevreleyen aylak yaşantı tespit edilmeye çalışılacaktır.

3.5.1. Eşkya Dünyaya Hükümdar Olmaz

“Eşkya Dünyaya Hükümdar Olmaz” ilk bölümü 8 Eylül 2015 tarihinde yayınlanmaya başlamış bir televizyon dizisidir. Dizi, 2019 yılı itibariyle halen daha ATV televizyon kanalında yayınlanmaya devam etmektedir. Yönetmenliğini Onur Tan’ın yaptığı dizinin senaryosu, Raci Şaşmaz ve Bahadır Özdener tarafından yazılmaktadır²⁶.

3.5.1.1. Eşkya Dünyaya Hükümdar Olmaz Dizisinin Konusu

Hızır Çakırbeyli (Oktay Kaynarca), abisinin öldürülmesinin ardından ailesinin başına geçerek yeraltı dünyasına adım atmıştır. Çakırbeyli ailesi, silah yapıp satarak

²⁶ https://tr.wikipedia.org/wiki/Eşkya_Dünyaya_Hükümdar_Olmaz_bölümleri_listesi

geçimini “ticaretle” sağlayan bir ailedir. Fakat aileyi karanlık yapan taraf, silah üretiminin yasa dışı yapılması ve silah üretiminden doğan rekabetin bir takım güç çekişmeleri ve mafya hesaplaşmalarına dönmesidir. Bu alemde düzeni sağlayan yegane kişi, silah ticaretini kontrol eden, tüccar Ünal Kaplan’dır (Tarık Ünlüoğlu). Fakat Ünal Kaplan’ın terör örgütlerine silah satması ve devletin ihtarlarını dinlememesi, devletin, bir hamleyle Ünal Kaplan’ın yerine Hızır Çakırbeyli’yi geçirme çabası hikayenin başlangıç noktasını meydana getirmektedir. Yeraltı dünyasında hızla yükselen Hızır Çakırbeyli’yi içten içe bir tehdit olarak görmeye başlayan Ünal Kaplan aile üzerinde yaptırımlar uygulamaya başlamaktadır. Bununla birlikte, Çakırbeyli ailesinin iç dinamikleri ve diğer ailelerle olan ilişkileri dizideki ana olayla bağlantılı yan olayları meydana getirmektedir. Çözümleme içerisinde bu olaylara ihtiyaçlar doğrultusunda yeri geldikçe değinilecektir.

3.5.1.2. Karakterler ve Aylak Öznenin Temsili

Hikayede pek çok karakter yer almasına rağmen, hikaye içerisinde başrol olarak yer alan karakterler öncelikle ele alınmıştır. Karakterlerin tüketim eğilimleri, boş zaman alışkanlıkları ve aylaklık durumlarını irdeleyebilmek için öncelikle karakterleri tanıtmakta fayda olduğu düşünülmektedir.

Dizinin başrol karakterlerinden Hızır Çakırbeyli (Oktay Kaynarca), abisinin ölümünün ardından mühendis olma hayalinden vazgeçerek, ailesinin yürüttüğü iş faaliyetlerinin başına geçer ve böylelikle ailesinin içinde yer aldığı karanlık dünyaya da adım atmış olur. Meryem Çakırbeyli ile evli ve iki çocuk babası olan Hızır, otoriter bir aile reisidir. Ailede çekindiği tek insan annesidir. Annesi, yaşça ondan çokça küçük olan kız kardeşi, eşi ve çocuklarıyla aynı villada yaşamaktadır. Bununla birlikte, Nazlı adında bir sevgilisi de bulunmaktadır. Hamile olan sevgilisinden kaynaklı doğan gerginlikler Hızır’ın ev yaşantısını olumsuz etkilemektedir. Bununla birlikte, yerine geçmeye hazırlandığı Ünal Karaman’ın gizliden gizliye sürekli başına çorap örmesi ve diğer ailelerle yaşadığı husumet yaşantısındaki başlıca zorlukları meydana getirmektedir.

Hızır, yasa dışı silah üretim işindedir ancak silah üretiminde fiili rol oynamaz. İşin kontrolü ve verimliliği onun bu üretimdeki başlıca rolüdür. Siparişleri almak, silah üretimi için diğer üreticilerle geçici ortaklıklar kurmak ve Ünal Karaman ile ilişkileri yönetmek üretim sürecinde Hızır'ın gerçekleştirdiği faaliyetlerdir. Üretimde emek harcamayınca da haliyle, çalışmamızın içerisinde bahsettiğimiz “zenginlerin çatıştığı” bir ortam içerisinde kendini bulmuştur. Aile entrikaları ve düşmanlığı olan diğer ailelerle yaşadığı çatışmaları gündelik hayatının genelini kaplamaktadır.

Hızır, bunlar dışında ofisinde müzik dinleyerek, sahibi olduğu fidanlığı ziyaret ederek boş zamanını değerlendirmektedir. Ayrıca paravan olarak bir araba galerisi bulunur. Fakat buradaki işleyişle ilgili dizide herhangi bir bilgi verilmemiş, bir kaç personel dışında işle ilgili kimse görülmemiştir.

Meryem Çakırbeyli (Deniz Çakır), Hızır Çakırbeyli ile evli iki çocuk annesi bir kadındır. Çocukları Zeynep ve Ömer ile oldukça ilgilidir. Bununla beraber anlaşılması kolay, net bir insandır. Ailesine düşkün bir biridir. Kocasının sevgilisi Nazlı ile olan ilişkisini öğrendiği ilk sıralar, hatayı kendinde arayarak, Hızır'ın ondan intikam aldığını düşünmüştür, aile kurumuna son verme yoluna gitmemiştir. Fakat bununla beraber sürecin ilerleyen safhalarında ailesini ön planda tutarak, Nazlı'yı öldürtmeyi bile denemiştir. Yumuşak, sevgi dolu bir kadın olmasına rağmen, söz konusu ailesini korumak olduğunda her şeyi yapabilmektedir.

Meryem'in gözle görülür bir işi yoktur. Ailenin kazandığıyla aylak bir yaşantı sürer. Güzel elbiseler giyer, lüks otomobillere biner. Fakat kocası gibi o da herhangi bir şekilde emek safhında yer almamaktadır. Meryem'in gün içerisindeki tek işi, yemeğin hazırlanmasında yardımcı olmaktır; zorunda olmamasına rağmen. Bunun dışında gözle görülür bir işi yoktur.

Meryem Çakırbeyli çok ender evden ayrılır. Boş zamanının çoğunu mutfakta bir şeyler yaparak ya da veranda ve havuzbaşında geçirir. Her daim güzel ve bakımlı olmasından, boş zamanını güzelleşmek için kullandığı anlaşılabilir. Bunun dışında, çocuklarının problemleriyle ilgilenmek boş gündelik edimlerinin bir parçasıdır.

İlyas Çakırbeyli (Ozan Akbaba), Hızır Çakırbeyli'nin kardeşi ve veliahtıdır. Çabuk sinirlenen ve gözü kara bir adamdır. Bu sebeple abisi hapishanedeyken aile içerisinde radikal kararlar alarak, aileyi belli yönlerden zor duruma sokmaktadır. Ayrıca başka bir ailenin reisi olan Selim'in kardeşi ve veliahtı Mahmut ile kanlı bıçaklıdır. Mahmut'un eski kız arkadaşının İlyas ile çıkmaya başlaması bu sorunlar silsilesinin temelinde yatan sebeptir. İlyas'ın "alemdaki" tüm edimlerini de bu nefret ilişkisi yönlendirmektedir. İlyas diğer bir yönden, ailesine ve abisine çok sadık, yengesi Meryem'i kendi annesi gibi seven ve tıpkı abisi gibi annesinden çekinen bir adamdır. Annesi de İlyas'ın başını derde soktuğu gerekçesiyle kız arkadaşından ayrılması hususunda İlyas'a sürekli baskı yapmaktadır.

İlyas, abisi kadar bile herhangi bir üretim faaliyetinde bulunmaz. Silah üretim işi dahi gündeminde değildir. Sadece abisinin verdiği sorumluluklar çerçevesinde hareket eder. Zaten diğer aile erkeklerinin de hemen hemen tüm zamanını diğer ailelerle olan çetrefilli ilişkiler almaktadır. Dolayısıyla İlyas da ailenin geri kalanı gibi iktisadi herhangi bir faaliyete katılmaz. Katılmamakla birlikte, abisi gibi – en azından – işin kontrolü ve devamlılığına dahi dahil olmaz.

İlyas, gösterilen boş zamanının çoğunu villasında geçirir. Havuzlu, geniş verandası olan bir villası vardır ve orada kız arkadaşı Esra ile beraber yaşamaktadır. Bunun dışında İlyas'ın boş zamanını değerlendirdiği bir yer veya aktivite tespit edilememiştir.

Bir diğer baş karakter olan Ünal Kaplan (Tarık Ünlüoğlu), yeraltı dünyasının en büyük liderlerinden biridir. Hatta yeraltı dünyasını bir araya getiren ve kurallarını kendi istediği gibi şekillendiren güç sahibi bir adamdır. Ancak son zamanlarda, terör örgütlerine silah satması sebebiyle devletle başı derde girmiştir. Devlet ise söz dinlemeyen Ünal Kaplan'ı indirip yerine Hızır Çakırbeyli'yi geçirmeyi planlamaktadır. Fakat bir sorun vardır ki, o da, Ünal'ın tehdit gördüğü hiç kimseyi yaşatmaması. Tıpkı – Hızır bilmesede – Hızır'ın abisini ortadan kaldırdığı gibi. Ünal Kaplan, çıkarları uğruna her şeyi yapabilecek, merhametten yoksun bir adamdır. Tek zaafı kızıdır. Londra'da yaşayan kızına çok düşkündür. Kızını her ne kadar bu

dünyadan uzak tutmak istese de kızın Londra'dan İstanbul'a gelişi ve Hızır'ın yeğeni Alparslan ile bir ilişki yaşaması onu da olayların içine çeker.

Ünal Karaman, silah tüccarıdır. Fakat bir fiil işlerin içinde yer almaz. İşlerin devamlılığını, kontrolünü sağlar. Ayrıca iş sürecinde önüne çıkan engelleri kaldırır. Fakat bunların hiç birisini sahada yapmaz hepsini evinden, çevresi ve nüfuzu sayesinde halleder. Doğrudan silah imalatı veya nakliyesi işinde yer almaz. Bu yönüyle aylak özellikler gösteren Ünal Kaplan, az emek harcıyıp, çok kazanan yegane sınıfın bir üyesi izlenimi vermektedir.

Neredeyse tüm zamanını evde geçiren Ünal Kaplan, çok ender evden ayrılır. Haliyle tüm boş zamanlarını da evde geçirir. Görüşmelerini çalışma odasında yapar. Fakat çoğunlukla bahçede görülen Ünal Kaplan, boş zamanlarında, çiçek bakar, atıcılık yapar vb. hobilerle zaman geçirir. Diğer karakterlerden farklı olarak ince zevkleri, bu zevkleri gerçekleştirebilecek zamanı ve imkanı vardır.

3.5.1.3. Karakterlerin Aylaklık Statü Simgeleri

Çalışmanın bu kısmında, Eşkîya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisi karakterlerinin aylaklık statü simgeleri; gösterişçi tüketim, kıt kaynaklara erişim ve onurla ilişkilendirilmiş emek olmak üzere üç maddede incelenecektir.

Gösterişçi Tüketim:

Gösterişçi tüketim aylaklığın en önemli bileşenlerinden biri olmakla birlikte, aylağın dış dünyayla kurduğu iletişimin de önemli bir parçasıdır. Bu sebeple aşağıdaki tabloda da görüleceği üzere müzik seti, güneş gözlüğü gibi herkesçe ulaşılabilir olan metaları dahi lüks segmentlerden tercih etmektedir. Tablo 13, Eşkîya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisinin baş karakterlerinin gösterişçi tüketim alışkanlıklarını göstermektedir.

Tablo 13: Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz Dizisi Başrol Karakterlerinin Gösterişçi Tüketim Tablosu

Kişiler	Gösterişçi Tüketim Ürünleri													
	Taşlı, Gümüş Tespah	Lüks Araba	Saat	Güneş Gözlüğü	Para	Müzik Seti	Iphone	Çanta	Saten Gecelik	Bileklik, Yüzük	Özel Uçak	Altın Saat	Altın Yüzük	Toplam
Hızır	35	18	4	1	1	1	2	-	-	-	-	-	-	62
Çakırbeyli	%21,21	%10,90	%2,42	%0,60	%0,60	%0,60	%1,21	-	-	-	-	-	-	%37,57
Meryem	-	14	12	-	-	-	4	4	2	4	-	-	-	40
Çakırbeyli	-	%8,48	%7,27	-	-	-	%2,42	%2,42	%1,21	%2,42	-	-	-	%24,24
İlyas	-	30	8	-	2	-	4	-	-	-	-	-	-	44
Çakırbeyli	-	%18,18	%4,84	-	%1,21	-	%2,42	-	-	-	-	-	-	%26,66
Ünal	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	2	7	7	19
Kaplan	-	%1,81	-	-	-	-	-	-	-	-	%1,21	4,24	4,24	%11,51
Toplam	35	65	24	1	3	1	10	4	2	4	2	7	7	165
	%21,21	%39,39	%14,54	%0,60	%1,81	%0,60	%6,06	%2,42	%1,21	%2,42	%1,21	%4,24	%4,24	%100

Tablo 13'te dizinin baş karakterlerinin gösterişçi tüketim alışkanlıklarını görmekteyiz. Tabloyu ilk öncelikle genel hatlarıyla, en çok göz önünde bulunan karakterler ve onların gösterişçi tüketimlerinin sergilendiği sahneler üzerinden ele aldığımızda, gösterişçi tüketim metası olarak açık ara en çok “lüks araba” göze çarpmaktadır. Lüks araba dört karakterin de kullanımıyla %39,39'luk oranla tabloda yer almaktadır. Tabloda görüldüğü üzere, lüks araba, erkeğin vazgeçilmez tüketim metası olması bir yana kadınlar için de, erkeğin kendileri üzerinden gösteriş yaptığı göz önüne alındığında, sıkça kullanılan ve eril semboller taşıyan bir meta olması dikkat çekicidir. Pahalı saatler yine karakterler tarafından %14,54'lük bir oranda tercih edilirken, saat benzeri aksesuarlardan olan tespih tek bir karakter tarafından %21,21 oranıyla sıkça kullanılmaktadır. Bu ölçümlere göre karakterlerin genel hatlarıyla tüketim alışkanlıklarını lüks araba ve aksesuar üzerinde şekillendirerek bunu gösterişçi hale getirdikleri kanısına varılabilir. Telefon tercihlerinde de piyasada alınabilecek en pahalı marka olan Iphone'u %6,06 oranında tercih eden karakterler diğer gösterişçi tüketim alışkanlıklarında ise – tespihle gösterilen Hızır Çakırbeyli dışında – daha kişisel ve görece az sergilenen ürünlerle donatılmışlardır. Buradan da anlaşılan lüks araba, aksesuar ve telefon gibi gösterişçi mesajları doğrudan üzerinde taşıyan metalar karakterler için daha tercih edilesidir.

Aynı şekilde karakterleri tek tek ele aldığımızda ise; Hızır Çakırbeyli, 35 adetle, yani %21,21 oranla görüntülenen taşlı, gümüş tesbih objesi, Hızır'ın en çok kullandığı gösterişçi tüketim objesi olarak dikkat çekmektedir. Hemen arkasından ise 18 adet görüntülenme ve %10,90 oranıyla lüks araba gelmektedir. Pahalı saate 4 sahnede ve %2,42 oranında dikkat çekilirken, güneş gözlüğü ve pahalı müzik setine birer sahnede, %0,60 oranında dikkat çekilmiştir. Iphone, telefon kullanımı çok sık yapılırsa da, marka olarak gösterildiği 2 sahne söz konusudur ve bu sahnelerin de genele oranı %1,21 olarak dikkat çekmektedir.

Diğer tüketim öğelerinden farklı, ilginç olanı ise bir kez görüntülenen ve diğer gösterişçi tüketim gösterim metalarına oranı %0,60 olsa da, Hızır'ın “para ile gösteriş” yapmasıdır. Hızır Çakırbeyli, kalabalık bir aile kahvaltısı sırasında, kendisine, yanan bir fabrikadan sigorta tazminatı olarak verilen bir milyon lira parayı, karısına hediye etmektedir. Kalabalık kahvaltı sofrasında, eşini onure ederken, aynı zamanda

“havadan gelen” paraya ihtiyacı olmadığını onu eşine vererek göstermektedir. Daha önce bahsettiğimiz üzere, aylak, sadece sahip olan değil elindeki bağışlayan kimse olarak, bu olayda da dikkat çekmektedir. Zira “ihtiyaç fazlası” para aylağı fakirleştirmezken ondan daha alt konumdaki insanlar için bir hazine niteliği taşımakla birlikte, aylağın cömertliğinin de göstergesidir. Bu eşi bile olsa durum aynıdır. Zira Hızır’ın karısı, sadece parayı kabul etmekle değil, o parayla alacağı kıyafet, aksesuar vs. ile de Hızır’ın aylaklığını temsil eden simgelerden biri olacaktır.

Bunlar dışında tespih ve lüks araba Hızır’ın başlıca gösterişçi tüketim öğeleri olarak dikkat çeker. Genel olarak lüks göstergeler bağlamında maskülen bir görüntü sergileyen ancak aşırı gösteriştan uzak gibi görünen Hızır, lüks tüketimini daha ziyade sahip olduğu, villa, fidanlık, sayısız araba ve insan kaynağıyla gösterişe dönüştürmektedir.

Meryem Çakırbeyli’nin gösterişçi tüketim ürünlerine dikkat çekilen sahneler de yukarıdaki gibi tespit edilmiştir. Tabloya göre %8,48 oranla Meryem’in en çok göze çarpan gösterişçi tüketim öğesi lüks arabadır. Hemen hemen gününün tamamını evde geçiren bir kadın için bu ciddi bir göstergedir. İkinci sırada ise, %7,27’lik oranla kol saati gelmektedir. Pahalı kol saati Meryem’in vazgeçilmez aksesuarlarından. Bunun dışındaki tüketim öğeleri dengeli şekilde dağılmıştır. Çanta, bileklik-yüzük ve Iphone’un genele oranı %7,26 olarak izlenmiştir. Ayrıca saten gecelik %1,21 olarak, kullanım alanının darlığına rağmen tabloya giren dikkat çekilen gösterişçi tüketim öğelerinden olmuştur.

Tablo 13’e bakıldığında, Meryem Çakırbeyli’nin gösterişçi tüketim ürünlerini daha çok aksesuarlarla şekillendirdiği görülmektedir. Meryem aylaklığını lüks takılarla gösterme yolunu tercih etmiş gibi görünmektedir. Ancak zamanının çoğunu evde geçirdiği için, genellikle sade bir görünüm sergileyen Meryem, evde olduğu zamanlar pahalı takılar yerine bir kol saatini tercih ettiğinden, kol saatinin kullanımı daha yüksek bir oranda çalışmamıza yansımıştır. Ev dışında ise pahalı görünen takılar, Meryem tarafından tercih edilmektedir.

Tablodaki gösterişçi tüketim metalarının yanı sıra, tabloya alınamayacak kadar sık – zira Meryem’in bulunduğu her sahne için geçerli – Meryem’in şık giysiler giymesi, başka bir gösterişçi tüketim ögesi olarak dikkat çeker. Meryem, evde bile her zaman şık ve gösterişli giyinir ve aile reisi olan kocasını, eve gelen kadınlara karşı ezici güzelliğiyle temsil eder. Kadınlar arasındaki hiyerarşik mücadelede, hareket ve söylemleri kadar giyimiyle de ön plandadır. Hatta çoğu zaman omuzlarına attığı bir paltoyla sergilediği “hanımağa” görüntüsü, kocasının statüsünü – Veblen’in deyişiyle evlilik bağıyla kocası aracılıyla elde ettiği aylaklığı – belli etmektedir.

Tablo 13’te İlyas akırbeyli’nin de sahne içerisinde dikkat çekilmiş, kullandığı gösterişçi tüketim ögelerini görmekteyiz. İlyas’ın abisi kadar maskülen bir gösterişçi tüketim skalası yoktur. Fakat çok güçlü bir tüketim metasının tutkunudur, lüks araba. Bu gösterişçi tüketim kalemlerinden açık ara en çok gösterilen lüks arabalardır. Öyle ki, tek bir lüks araba da söz konusu değildir. İlyas’ın kullandığı arabalar sık sık değişmektedir. Bu da İlyas’ın birden fazla lüks arabası olduğunu gösterir. İlyas’ın lüks araba tutkusunun, diğer gösterişçi tüketim metalarına oranı %18,18’dir. Lüks arabayı, ikinci sırada bir aksesuar olarak saat izlemektedir. Abisinin en çok kullandığı aksesuar olan tespihin yerini, aynı kategoride saat almıştır. Saatin diğer tüketim ögelerine oranı %4,84’tür. Hemen ardından, telefon kullanımı daha sık olmasına rağmen sahnede dikkat çekilmiş telefon kullanımlarının %2,42’si Iphone olarak dikkat çekmektedir.

Tüm bu gösterişçi tüketim ögelerinin yanında “para” farklı bir önem taşımaktadır. Diğer tüm objeler bir yerde işlevsel ve gerekli görülebilirken, hesapsızca para harcamak, İlyas’ın gösterişçi tüketim alışkanlıklarının en önemli göstergelerindedir. Diğer tüketim ögelerine oranı sadece %1,21 olsa da para harcamak, cömertliğin ifadesi olarak aylaklığın en önemli göstergelerinden birine işaret etmektedir. Dizide, bir sahnede, İlyas, gelen kargocuya, yüz dolar bahşiş vermektedir. Bu yüz dolar, pek okları için ciddi bir meblağ sayılırken, onun için “gönlünden kopan” bir miktardır sadece. Aylak, yediği kadar, saygınlığını artırmak için, merhamet ve cömertlik gösterendir aynı zamanda. Bu merhamet ve cömertlik de aslında, aylağın tahakküm kurma araçlarından en masumudur belki de.

Bu cömertlik sadece yabancılara değil, aile içinde, “özellikle kadına” karşı gösterildiğinde yine bir tahakküm aracına dönüşür (Hızır’ın eşine bir milyon lira vermesi gibi). İlyas da, kendi ölümünü oylayacak gayri resmi bir mahkemeye katılmadan önce, sevgilisine, büyük bir valiz dolusu dolar desteleri bırakmaktadır, o öldükten sonra, kendi geçimini sağlayabilmesi amacıyla. Fakat ihtiyaç fazlası bu gösteri, aslında bir yerde de kadını küçük düşüren bir davranıştır. Kadının hayatını bir valize sığdıran İlyas da ölümden döndüğünde ilk iş olarak bunu kadının yüzüne vurmuştur zaten. Bu sebeple aylağın yaptığı harcamaların hemen hemen hepsinin arkasında, gerek gösteriş, gerek tahakküm ya da başka bir şey, bir neden olduğu anlamını çıkarmamıza neden olmaktadır.

Ünal Kaplan, gösterişçi tüketim metalarındaki skalası dar olsa da – zira tüm gösterişi yaşam alanı olarak kurgulamıştır – iddialı öğelerden meydana gelmektedir. Gösterişçi tüketim tablosunda en yüksek görülme oranına sahip öğeler, altın saat ve altın yüzük olarak dikkat çeker. İkisinin de oranı %8,48’dir. Saat olarak altını seçmesi varyetinin bir göstergesidir. Ayrıca saat her ne kadar sıradan bir aksesuar olup lüks hale getirilmişse, yüzük de o kadar gerekli olmayan ancak varyetinin sembolü olarak tercih edilen bir aksesuar olmuştur. %1,81 olarak lüks araba ikinci sırada gelmektedir. Lüks araba gösterisinin düşük olmasının sebebi zamanının çoğunu evde geçirmesindedir. Yoksa lüks araba bu karakter için büyük bir gösterge değildir.

Karakterin en dikkat çekici harcaması olarak dikkat çeken, %1,21 oranındaki özel uçak, düşük bir yüzdeye sahip olsa bile oldukça iddialı bir tüketim metası olarak karşımıza çıkmaktadır. Saat, araba gibi diğer öğeler, başka karakterlerce de kullanılırken, uçak herhangi bir karakter tarafından kullanılmamaktadır. Bu varyet göstergesi de tek başına, Ünal Kaplan’ı diğer karakterlerin bir adım önüne taşımaktadır. Zira, Ünal Kaplan nasıl ki hiyerarşi piramidinin en tepesindeyse, lüks tüketim metaları da ona göre şekillenmiştir. Ünal özel uçağıyla, diğer hiç bir karakterin ulaşamayacağı şekilde gösterişçi tüketim skalasını yükseğe taşımıştır.

Fakat Ünal Kaplan diğer karakterlerden farklı olarak varyetiyle rahat bir yaşam sürerken, nüfuzuyla hükmetmektedir. Diğer burjuvalardan farklı olarak Ünal Kaplan kimseyi parasıyla tahakküm altına almaz, dolaylı olarak, gücüyle kontrol eder. Bu onu,

paraya değer vermiyor gibi görünüp, paranın dolaylı asaletiyle bir yaşam süren aristokratlara benzetir. Ünal Kaplan, bu yönüyle de diğer karakterlerden ayrılmaktadır. Zira “en büyük işveren” olarak, diğer burjuvaları kontrol etmek ve onların önünden engelleri kaldırmak onun yegane işidir. Bu da onu farklı bir statüye taşımakta ve bu durum gösterişçi tüketim metalarına, nüfuz göstergesi olan altın yüzük gibi, sirayet etmektedir.

Kıt Kaynaklara Erişim:

Hızır Çakırbeyli gösterişçi tüketim konusunda iddialıyken, kıt kaynaklara erişim konusunda yetersiz kalmaktadır. Sadece bir sahnede sushi yerken görüntülenmektedir. Sushi bu sahnede, ortaçağda efendinin elinde bulundurduğu buğday gibi düşünülebilir. Fakat aslen soylu olmayan ve burjuva bir ailede yetişmiş, dolayısıyla köklerine bağlı ve seçkin olana da öykünen Hızır bu sahnede sushiyi, chopsticklerle yemeyi başaramaz, sevgilisi Nazlı “elinle yesene” dediğinde ise Karadeniz şivesiyle “neden daha önce söylemiyorsun” gibi bir tepki gösterir. Kıt kaynaklara erişim Hızır’ın maddi gücünün göstergesidir, ancak, Hızır bu kaynaklara sadece parası olduğu için erişir, bu onun içselleştirdiği doğal bir arzu değildir. Tam aksine kendini maddi yönden tatmin edebildiği bir araçtır. Hızır bu yönüyle “sonradan görme” bir burjuva görüntüsü çizmektedir. Bu da çalışmamızda bahsettiğimiz gibi, gücü eline serbest ticaretle geçiren günümüz aylağını işaret eder.

Meryem’in dua ettiği bir sahnede ve yemek yaptığı başka bir sahnede daha önce kullandığı takılardan farklı olarak, etrafı pırlanta çevrili bir yüzüğe dikkat çekilmektedir. Pırlanta ulaşılması zor kısıtlı bir kaynaktır. Fakat bu durum kullandığı yüzükten anlaşıldığı üzere Meryem Çakırbeyli için geçerli değildir. Ayrıca bu yüzüğü alelade işler yaparken, gündelik hayatta takması da bu kısıtlı kaynağın kendisi için çok da önem taşımadığı anlamına gelmektedir.

İlyas, fazla aşırıya kaçmasa da, kıt kaynaklara erişim bakımında kendine en çok cömert davranan karakterlerden biridir. İlyas, dört sahnede viski içerken görüntülenmiştir. Statüsü bakımından herhangi, sıradan bir viski içmeyeceği tahmin edilen İlyas’ın viski tüketimi bu sebeple kıt kaynaklara erişim çerçevesinde ele

alınmıştır. Ayrıca viskiyi, alelade değil de bir ritüel gibi, kaliteli görünen, kesme cam takımla içmesi de, bunu kanıtlar niteliktedir. Bununla birlikte, bir sahnede de şarap içtiği görülmektedir. Aynı sebeplerle bunun kıymetli bir şarap olduğu düşünülmektedir.

Ünal Kaplan altın gibi maddeler kullanmasının yanı sıra kaliteli içkilere erişimi de kıt kaynaklara ulaşabildiğini göstermektedir. Ünal Kaplan çok içki içmese de içtiği sahnelerde içtiği içkinin, herhangi bir içki olmayacağı aşıkardır. Bu durum da lüks bir hayat süren Ünal Kaplan'ın, sadece izleyicinin dikkatine sunulduğu kadarıyla, kıt kaynaklara yiyecek-içecek ve değerli metaller üzerinden erişim sağlayabildiğini kanıtlar niteliktedir. Fakat bir bütün olarak Ünal Kaplan'ın hayatı tamamıyla kıt kaynakların orantısız kullanımıyla ilintilidir. Bu durum bir sonraki başlığımızın konusu olacaktır.

Onurla İlişkilendirilmiş Emek:

Aylak tam anlamıyla üretici faaliyetlere katılmayan kişidir. Fakat bu çok ince sucuk doğrayamayacağı anlamına gelmez. Anlamsız bir şekilde, sadece Pazar günleri kahvaltıda ev işi yaparak, kahvaltının hazırlanmasına yardımcı olan Hızır, sucuğu ince doğraması ve tam kıvamında pişirmesiyle meşhurdur. Davetliler için de dolayısıyla, Hızır'ın elinden sucuk yemek bir keyif olduğu kadar aynı zamanda bir onurdur. Aylak, emek dendiğinde, fayda getirmeyen ancak onurla karşılanan edimlerde bulunan kişidir. Hızır da Pazar kahvaltılarını kendi elleriyle hazırlayarak yiyenler için bir onur yaşatmış olmaktadır.

Evde, çok ender görülse de, bir hizmetçi olmasına rağmen, mantı yapma işini Meryem Çakırbeyli üstlenmiştir. Dizi içerisinde doğrudan bir bilgi paylaşılmasa da, mantı yapmak hüner gerektiren bir iş olduğu için, bu işin de üstesinden gelebilecek bir kadın olarak Meryem'in gösterildiği tahmin edilmektedir. Zira Meryem'in yaptığı diğer yemeklerin aksine bu sahnede mantı daha ön plana çıkarılmıştır. Bu durum da aslında Hızır'ın haftasonları sucuk kızartmasına benzemektedir. Çünkü "hanımağa" mantı da yapabilmektedir, ve bu meziyeti bir kadın için, onurlu bir iş olarak

gösterilmiştir. Meryem her şeye rağmen bir kadındır ve ataerkil söyleme sahip bu dizide, kadın olarak kendini mutfakta var etmektedir.

Ünal Kaplan yine diğer karakterlerden farklı olarak, boş zamanı en bol olan ve bununla beraber aristokrat görgü-göreneğine sahip olan kimsedir. Bu sebeple onun “onurla ilişkilendirilebilecek olan” edimleri diğerlerinden çok farklı ve fazladır. Belki diğer burjuva karakterlerin nazarında bir anlam bile bulamayacak işler, Ünal Kaplan ve onun dengi olan zümrede oldukça hoş karşılanan, alt tabakalar tarafından ise lüks olduğu düşünülerek imrenilerek bakılacak edimlerden meydana gelmektedir.

Atıcılık Ünal Kaplan’ın boş zaman edimlerinin başında gelmektedir. İki sahnede hobi olarak atıcılık yaparken görülen Ünal Kaplan diğer uğraşlarına göre en fazla atıcılıkla uğraşmaktadır. Bununla beraber Ünal Kaplan atıcılık hobisini yalnız başına gerçekleştirmez. Fedailerıyla beraber bu hobiyi icra eden Ünal Kaplan, fedailerinin fırlattığı hedeflere, fedailerinin uzattığı silahlarla ateş eder. Bu durum da böylesine farklı bir hobiyiyle uğraşmasının yanı sıra, Ünal Kaplan’ın, bu hobiyi olabildiğince lüks hale getirdiği ve bir gösteriş ögesi olarak fedailerini kullandığı görülmektedir.

Ünal Kaplan’ın bir diğer hobisi köpek yetiştiriciliğidir. Özel ırk bir köpekle çalıştığı belli olan Ünal Kaplan tahmin edilebileceği üzere bu hobisine öncelikle “pahalı bir hayvan” olarak başlamıştır. Ardından ise bolca boş zaman ve tatbik gerektiren eğitim süreci başlamıştır. Hali hazırda köpeği de hayatının bir parçası olarak görülmekte ve boş zaman etkinliklerini de aşarak, aylak yaşantısının soylu bir uğraşı haline gelmiştir. Ayrıca alt tabakaların almakta zorlanacağı tahmin edilen büyük etlerle köpeğini beslemesi, köpeğin konum olarak ne kadar yukarıya konumlandırıldığıнын göstergesi olmakla birlikte, köpeği aylaklığının bir göstergesi olarak simgeleştirmesi de cabasıdır. Zira aylığın köpeği de aylığın sahip olduğu bir takım ayrıcalıklardan faydalanarak aylığın sosyo-ekonomik statüsünü temsil etmektedir.

Karakterin bir diğer dikkat çeken uğraşı da çiçek yetiştiriciliğidir. Çiçek yetiştiriciliği, soylu bir uğraş olarak ince zevkler gerektirdiğinden, aylığın özelliklerinden olan, ince zevklerden mütevellit uğraşları hobi edinme gayesine de

cevap vermektedir. Çiçek yetiştirmek tahmin edileceği üzere zevkli bir göz, beceri ve daha da önemlisi, dekoratif bir objeye dönüştürülmüş çiçeğe ayrılacak bolca zaman gerektirmektedir. Tüm bunların toplamı ise çiçek yetiştiriciliğini, belki başlı başına olmasa bile, Ünal Kaplan'ın yaptığı haliyle – minik makasla dalları budamak, şekil vermek gibi – aylak hobisi haline getirmektedir.

Diğer Karakterler:

Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisinde ana karakter dışında yan karakterlerin aylaklık bileşenlerine bakıldığında da, ana karakterler kadar sık görülmesine de bir takım unsurlar dikkat çekmiştir. Bunlar genellikle para, ev, prestij ürünleri olmakla birlikte anlatı içerisinde önemli bir yere sahiptir.

Dizideki karakterlerin geneline bakıldığında, bir prestij markası olarak Apple ürünlerinin – bilhassa telefonlarının - oldukça sık kullanıldığı dikkat çekmektedir. Özellikle Hızır'ın metresi Nazlı ve kızı Zeynep telefonun yanı sıra Apple marka bilgisayarları prestij için kullanmaktadırlar. Bu tip öğeler bu iki karakterin yaşantısında ciddi yer tutan gösterişçi tüketim ürünleri olarak tespit edilmiştir.

Hızır'ın kızı Zeynep, gösterişçi tüketim ürünü olarak elektronik ve kıyafet gibi öğeleri tercih etmekte. Bir lise öğrencisi için yaşatlarının çok ilerisine giden Zeynep'in kredi kartı ekstresinin yirmi bin lira geldiğinden annesi şikayet etmektedir. Buradan da bu karakterin, gösterişçi tüketim ürünlerine ne kadar rahat harcama yapabildiğini görmekteyiz. Çalışmamızda işlediğimiz üzere burjuva ailenin kadınları, erkeklerinin varyetleri yaşamlarının kanıtları gibidirler. Bu sebeple Zeynep'in de harcama yapması babası tarafından desteklenmekte hatta ve hatta bir sahnede görüldüğü üzere kızına yüklü miktarda dolarla harçlık vermektedir.

Hızır'ın metresi Nazlı ise, eğitilmiş bir kız olarak evindeki sanat eserleriyle dikkat çeker. Gösterişçi tüketim ürünleri olarak sanat eserlerini tercih eden Nazlı aslen çalışan bir mimar olmasına rağmen, eğitim ve göreneğiyle bir yandan da öykünmecisi bir yapıya sahiptir. O da hayat standartlarını Hızır ile yükseltir. Hatta bir sahnede evinde saldırıya uğradıktan sonra apar topar Hızır'ın kuzeninin evine yerleştirilen Nazlı, hemen

alternatif bir ev bularak, varlık ve imkanlar bağlamında hayatının her alanında Hızır'ın dokunuşunu hissetmektedir. Ayrıca Hızır'ın teyze kızı, gayrimenkul zengini olup, bu yönüyle dikkat çekmektedir.

3.5.1.4. Aylak Yaşantısının Kurgulanması

Aylak karakterleri ve onların yaşantısını incelediğimiz çalışmamızda, aylak yaşantıyı, insan kaynakları (sömürülen insan emeği), lüks tüketim ürünleri (yaşantıya dair gösterişçi tüketim metaları) ve mekanlar (aylak yaşantının sahnelendiği yerler) olarak üç başlık altında ele almış bulunmaktayız. Aylak yaşantıyı, tüm bileşenleriyle ele aldığımızda, aylak karakterin özeli dışında onu çevreleyen yaşantıyı, varyet ve nüfuz ifade eden bu tip göstergelerle ortaya koymaya çalıştık. Tüm bu göstergeler, aylağın aylaklık etmesi için muhtaç olduğu maddi gücü ve aylaklığının kanıtı olan gösterişi içinde barındırmasıyla aylak yaşamın izlerini sürmeye çalıştığımız araştırmamızda bizlere ipucu vermektedir.

İnsan Kaynakları:

Tablo 14: Eşkya Dünyaya Hükümdar Olmaz Dizisi İnsan Kaynakları Tablosu

İnsan Kaynakları					Toplam
Fedai	Hizmetçi	Ofis Personeli	Uşak	Şoför	
42	2	4	4	3	55
%76,36	%3,63	%7,28	%7,28	%5,45	%100

Eşkya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisinde belirlenen aralıkta adet olarak görülen, aylak karakterlere hizmet eden işçiler – insan kaynakları – tabloda ifade edildiği gibidir. Tabloda büyük bir farkla “fedai” %76,36 ile en çok karşılaşılan işgören olurken ardından ofis çalışanı ve uşak %7,28 ile ikinci sıradadır. Şoför %5,45 ile üçüncü sırada yer alırken hizmetçi ise %3,63 ile aylağın sahip olduğu insan kaynaklarında son sırada yer almaktadır.

Dizi, tematik bir dizi olması sebebiyle fedailerin sıkça görülmüş olması doğaldır. Fakat fedai burada sadece can güvenliğini sağlayan kişi değil aynı zamanda niceliğiyle de bir güç gösterisine dönüşmüş durumda. Haliyle aylak mahiyetinde ne kadar çok fedai “beslerse” o kadar gösteriş yapma şansı olacaktır. Zira bu onun ekonomik rehafının göstergesidir. Ayrıca aşırı korunmaya ihtiyaç duymak, onun ne kadar önemli biri olduğunu ve dolayısıyla risk durumunun ne kadar yüksek olduğunu ifade etmektedir. Bu sebeple fedai “bu alemde” sadece bir ihtiyaç değil aynı zamanda nüfuzun ve ne iş yaptığı belli olmayan “babaların” aylaklığının ve variyetinin göstergesidir. Aşağıdaki tabloda fedai görülen sahnelerin karakterlere göre dağılımı verilmiştir.

Tablo 15: Fedailerin Karakterlere Göre Dağılımı

Hızır Çakırbeyli	İlyas Çakırbeyli	Ünal Kaplan	Toplam
24	1	17	42
%57,15	%2,38	%40,47	%100

Hızır Çakırbeyli’nin daha çok fedaisinin izlenmesi, dizinin baş karakteri olması sebebiyle normaldir. Hızır Çakırbeyli, toplantılarında, görüşmelerinde, seyahatlerinde sık sık yanında fedai bulundurur. Bu durum risk faktörü göz önüne alındığında “ihtiyaç” gibi görülmesine rağmen aynı zamanda bir gövde gösterisi ve nüfuzun göstergesidir. Fakat bununla birlikte Ünal Karaman dizide daha az görünmesine rağmen tam anlamıyla bir fedai ordusuyla gezmektedir. Ünal Karaman’ın konumu göz önüne alındığında ve Hızır Çakırbeyli ile kıyaslandığında üstünlüğü gözle görülür düzeydedir. Bu sebeple sadece risk faktörü değil, nüfuz ve birikmiş kapital arttığında da koruma sayısının yükseldiği yani gösterişe dönüştüğü izlenmiştir.

Görsel 1: Ünal Karaman'ın Toplantılarından Birinden Bir Görsel



Görsel, Ünal Karaman'ın sık sık düzenlediği ve iş yaptığı yeraltı dünyasından “babaları” davet ettiği toplantılardan birinden alınmıştır. Toplantı silahsız ve korumasız olarak içeride devam ederken dışarıda her araba bir babaya ait olup, her arabanın başında aileden bir valiaht ve bir koruma beklemektedir. Bu haliyle, birer koruma ve birer veliahttan ibaret olan bekleyenler mütevazî bir ekibi meydana getirmektedirler. Ancak toplantının yapıldığı köşkün kapısına bakıldığında ise, Ünal Karaman'ın dört adet korumasının bulunduğu görülmektedir. Bu durum da rastlantı olmayıp, nüfuzunun diğer babaların çok çok üstünde olan Ünal Karaman'ın daha çok fedaiye ihtiyaç duyması, gerek arz ettiği önem itibarıyla risk durumunun yüksek oluşu gerekse de fazla fedai ile gözdağı vermesi, kısacası neresinden bakılırsa bakılışın elinde bulundurduğu insan kaynağıyla nüfuzunu ortaya koymaya çalıştığı açıktır. Bu sebeple insan kaynakları aylak karakter için, variyet, nüfuz ve aylaklığının derecesini ifade eden önemli bir göstergedir.

İnsan kaynakları anlaşılacağı üzere sadece “sahip olmakla” yeterli olmayan, bir de ne kadarına sahip olduğuyula ilintili olan bir kavramdır aylak için. Hiçbir personel ihtiyaç fazlası değildir, mutlaka hizmet ettiği yüce bir amaç vardır; aylaklığı kutsamak gibi. Bu sebeple fedailer aslında tamamen savunma amacıyla kullanılmayıp, gösteriş ve gözdağı verme amacıyla dizide kendilerine yer bulmuşlardır.

Başka bir örnek de, evine bir kiralık katilin girmesi ve canını zor kurtarmasının ardından Nazlı'nın evine, Hızır'ın bir fedai ordusu dikmesi olarak verilebilir. Belki evi, tek bir adama karşı savunacak bir veya iki adam yeterliyken daha çok adamın evi beklemesi, Nazlı'ya güven vermek dışında aynı zamanda Hızır nüfuzunu Nazlı'nın hissetmesi ve adam sayısı değil o nüfuzla güven duyması için yapılmaktadır. Dolayısıyla “o kadar adamı” evinin önünde gören Nazlı korunmanın ötesinde nüfuzun göstergesi olan fedai ile kendini Hızır'ın gölgesinde daha rahat hissetmektedir. Haliyle bu örnekten de insan kaynaklarının sadece bir ihtiyaç olmadığı, aylıklığın göstergelerinden biri olduğu rahatlıkla izlenebilmektedir.

İnsan kaynaklarında geri kalan meslek grupları %23,64'ü meydana getirirken, fedailerin karşısında çok düşük bir oranda kalmaktadır. Bu %23 oran olarak önemsiz gibi görünse de aylığın insan kaynaklarına erişiminin çeşitliliği bakımından önemlidir. Büyük ölçüde Çakırbeyli ailesi etrafında konumlandırılmış diğer çalışanların ailenin yaşamındaki konfor ve refah, öte yandan da geniş yelpazede ailenin “işçi çalıştırabilme gücüne” işaret etmesi, aylak için insan kaynaklarının ne kadar önemli olduğunun göstergesidir. Ne kadar farklı alanlarda hizmet alırsa aile, kendilerine yapacak o kadar az iş düşer ve tam anlamıyla “aylak” yaşantıya geçebilirler. Örneğin; Hızır Çakırbeyli'nin paravan olarak işlettiği araba galerisinde kendisi veya kardeşi de çalışabilir fakat onlar sadece işin sürekliliğini kontrol edip basit işler için personel çalıştırmayı tercih etmişlerdir. Bu durum da onlara diğer yasadışı işleri ve aylıklık için yeterince zaman kazandırmaktadır. Veya, hiçbir profesyonel mesleği olmayıp tüm gün evde oturan ailenin diğer fertlerini meydana getiren aile kadınlarının hizmetçiye ihtiyaç duymaları tamamen konfor arayışındandır. Her personel aylığın aylıklığını perçinleyen bir başka unsurdur. Hele ki bu şekilde çok alanda yardım alan bir aile söz konusu olduğunda, ister istemez yaşam standartlarında olduğu kadar aylıklık standartlarında da gözle görülür bir yükseliş söz konusu olmaktadır.

Lüks Tüketim Ürünleri:

Tablo 16: Eşkya Dünyaya Hükümdar Olmaz Dizisinde Görülen Lüks Tüketim Ürünleri Tablosu

Lüks Tüketim Ürünleri				Toplam
Alet/Araç- Gereç	Dekoratif Eşya	Mobilya	Sanat Eseri	
33	139	112	77	361
%9,14	%38,50	%31,02	%21,32	%100

Tablo 16’da Eşkya Dünyaya Hükümdar olmaz dizisi karakterlerinin etrafını donatmış lüks tüketim ürünleri görülmektedir. Söz konusu olan tablo niceliğiyle, insan kaynaklarına nazaran, konforlu yaşam ve gösteriş için aylak karakterlerin lüks tüketim ürünlerine olan ihtiyacını daha net yansıtmaktadır. Öyle ki, araştırma içerisinde, karakterlerle bir arada bulunması mümkün olmayan objeler dahi aylak yaşantıda yer alarak gerek aristokrat yaşantıya öykünme gerekse de eşyanın mevcudiyetiyle gösterilen varyet bağlamında satın alınma yoluna gidilmiştir. Burada özellikle sanat eserleri, unique olmalarının verdiği pahadaki değerleriyle, sanatla yakından uzaktan ilişkisi olmayan bu insanların süs objesi haline gelmiştir. Bu da sanatın gerek içerik gerekse biçimsel estetik bir takım ölçütleriyle alakadar olmayan bu insanların sanat eserini, ulaşılabildiği için bir gösteriş aracı olarak kullandığının göstergesidir.

Tabloda alet ve araç-gereçler ve de sanat eserlerine daha az rastlandığı izlenirken mobilya ve dekorasyon malzemeleriyle daha sık karşılaşılmıştır. Bunun nedeni, aylağın geçmişinde içinde bulunduğu sosyo-ekonomik durumlarla alakalıdır. Henüz kente göçmüş, geçmişte hiçbir şeyi olmayan ve karakterlerin çoğunluğuna tekabül eden bu insan güruhu inceltilmiş zevkler ve bir takım becerileri edinemedikleri ve muhtemelen temel ihtiyaçlarını karşılayacak araçlardan yoksun bırakıldıkları için, işlevsel eşyalarla varyetlerini ve konforlu yaşantılarını ifade etmek istemektedir. Ancak, verilerin ayrıntılarına inilmedikçe bu sadece kaba bir görüş olarak kalacaktır. Bu sebeple çalışmanın bundan sonraki kısmında tabloda kategorize edilmiş emtiayı ayrıntılı olarak inceleyeceğiz.

Tablo 17: Lüks Alet ve Araç-Gereçlerin Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı

Kişiler	Lüks Alet ve Araç-Gereçler					
	Piyano	Oyun Konsolu	Yemek Takımı	Fincan Takımı	Tavla Takımı	Toplam
Hızır Çakırbeyli	2	1	4	2	-	9
	%6,06	%3,03	%12,12	%6,06	-	%27,27
Ünal Kaplan	9	-	6	2	1	18
	%27,27	-	%18,18	%6,06	3,03	%54,54
İlyas Çakırbeyli	3	-	-	-	-	3
	%9,09	-	-	-	-	%9,09
Nazlı	3	-	-	-	-	3
	%9,09	-	-	-	-	%9,09
Toplam	17	1	10	4	1	33
	%51,51	%3,03	%30,30	%12,12	%3,03	%100

Tablo 17’de lüks tavla takımı ve nispeten lüks sayılabilecek oyun konsolu %3,03’lük oranla lüks araç-gereç tablosunun en altında yer almıştır. Bunları hemen arkasında %12,12 ile fincan takımı izlemektedir. Fincan takımı, daha işlevsel ve gündelik hayatın içinden bir nesne olduğu için daha sık görülmesi ve varyetetin göstergesi olarak da gösterişli bir takım seçilmesi olasıdır. Keza yemek takımı da aynı şekilde değerlendirilmiş ve %30,30 gibi bir oranda görülen tüm lüks metalar arasında bu oranı almıştır. Fakat burada daha ilginç olan, tüm yemek takımı, fincan takımı gibi objeler arasından gerek niceliğiyle gerekse de niteliğiyle sıyrılan “piyanodur”. İlginçtir çünkü dizi boyunca bu karakterlerden hiçbirinin piyano çaldığı veya müzikle yakından uzaktan alakaları olduğu görülmemiştir. Fakat hepsinin evinde piyanoya rastlanmıştır. Bu durum piyanonun pahada yüksek bir alet olması sebebiyle varyetetin göstergesi olarak simgeleştirilmesinin yanı sıra, ince zevklere yaptığı göndermeyle, piyano çalmasa bile belli ki izlemekten keyif alan bu insanların aristokratik kültüre olan öykümlerinin bir göstergesidir. Zira bir kuşak önce kentli dahi olmayan, bir şekilde ticaretle bugünkü konumlarına erişmiş bu burjuvalar “olmamışlıklarının” farkında olarak “daha aristokrat nasıl oluruz’un” arayışında işlerine yaramayan bir çok objeyle evlerini doldurmuşlardır. Belki piyano yerine bir masa tenisi masasının bile daha

işlevsel olacağı bu evler günümüz burjuvazi aylağının yaşantısı ve dünya görüşü hakkında bu gibi ciddi ipuçları vermektedir.

Tablonun aristokratlarından Ünal Karaman, piyano, fincan takımı ve yemek takımının açık ara gösterilmesiyle, alet ve araç-gereçler kategorisinde en çok gösteriş yapan aylak olarak karşımıza çıkmaktadır. Ünal, kaliteli takımlarla yemeğini yemekte, tavlasını dahi kaliteli ve işçiliği olan bir tablayla oynamaktadır. Ünal Karaman, Hızır Çakırbeyli'den daha az süre almasına rağmen dizide varlığın ve gücün tepe noktası olması sebebiyle lüks ve ihtişamı da bu kategoride üzerine toplamıştır. Bu da, Hızır her ne kadar ana karakter de olsa bize göstermektedir ki, biz karakteri ne kadar az görsek bile içselleştirilmiş aylaklık izleyiciye, aylaklığa en muktedir olan karakterlerin en çok lüksü yaşaması gereken karakterler olması gerektiğini söyler. Bu sebeple besin zincirinin tepesindeki Ünal Karaman, az görünmesine rağmen lüks tüketimleriyle dikkat çekmektedir.

Tablo 18: Dekoratif Eşyaların Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı

Kişiler	Lüks Dekoratif Eşyalar																
	Abajur	Duvar Saati	Avize	Şamdan	Perde	Küre	Vazo	Dekoratif Silah	Lambader	Çini Tabak	Biblo	Cam Süs Eşyası	Model Araba Koleksiyonu	Halı	Şömine	Duvar Aynası	Toplam
Hızır Çakırbeyli	8	5	14	7	2	1	2	1	9	1	1	-	1	1	10	1	64
	%5,75	%3,59	%10,07	%5,03	%1,43	%0,71	%1,43	%0,71	%6,47	%0,71	%0,71	-	%0,71	%0,71	%7,19	%0,71	%46,04
Ünal Kaplan	2	2	9	13	11	3	5	-	5	-	1	2	-	-	-	1	54
	%1,43	%1,43	%6,47	%9,35	%7,91	%2,15	%3,59	-	%3,59	-	%0,71	%1,43	-	-	-	%0,71	%38,84
İlyas Çakırbeyli	-	1	5	1	-	-	2	-	4	-	-	-	-	-	-	1	14
	-	%0,71	%3,59	%0,71	-	-	%1,43	-	%2,87	-	-	-	-	-	-	%0,71	%10,07
Nazlı	2	-	2	1	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	7
	%1,43	-	%1,43	%0,71	-	-	-	-	%1,43	-	-	-	-	-	-	-	%5,03
Toplam	12	8	30	22	13	4	9	1	20	1	2	2	1	1	10	3	139
	%8,63	%5,75	%21,58	%15,82	%9,35	%2,87	%6,47	%0,71	%14,38	%0,71	%1,43	%1,43	%0,71	%0,71	%7,19	%2,15	%100

Dizide, lüks dekoratif eşyalarının gösterilmesinin karakterler üzerinde dağılımları ve oranları Tablo 18’de gösterilmiştir. Tabloda görüldüğü üzere, lüks dekoratif eşyalar, alet ve araç-gereçlere göre daha çok çeşitlilik göstermektedir. Tüm bu lüks dekoratif eşyaları türler olarak kategorize etmemiz doğru olmaz ancak tabloya baktığımızda özellikle aydınlatma konusunda lüks eşyaların sıkça tercih edildiği görülmüştür. Öyle ki; en sık gösterilen dekoratif eşyaların ilk dört sırasında aydınlatma dekorasyon ürünleri bulunmaktadır. Bu eşyaların oranları en çoktan aza doğru; avize %21,58, şamdan %15,82, lambader %14,38, abajur %8,63 olarak toplamda, tüm lüks dekoratif eşyaların, %60,41’ine tekabül etmektedir. Aydınlatma gereçleri parlak ve göz alıcı yapılarıyla dikkat çekici olduğu kadar yer yer ihtişam, yer yer ise iççiliğiyle ince zevklerin bir göstergesi olmuştur. Ayrıca aydınlatma bir mekanın olmazsa olmazı olacağından lüksü zaruri eşya üzerinden sunmak, maruz kalan izleyiciye, eşya sahibinin temel ihtiyaçlarını ne yolla giderdiğini ve basit bir aydınlatmanın dahi ne lüks olarak kabul edilebileceğini göstermek için bir yol olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca lüksün kabaca göze sokulması yerine ihtiyaçlar doğrultusunda incelik gösterişli metalara dönüştürülmesi daha ince bir davranış olarak kabul edilebilir. Bu sebeple de dizinin karakterleri olabildiğince aydınlatma ürünlerini, lüks eşya ve metalden tercih etmişler, aylak temsiliyeti eşyalar üzerinden görselleştirmişlerdir.

Tüm bu lüks dekoratif eşyalar, aylağın karakterini yansıtmasıyla da önem taşımaktadır. Zira aylak için temsiliyetin ne kadar önemli olduğundan çalışma içerisinde bahsedilmişti. Bu sebeple eşyalar da aylağın gösterişli ordusunun önde giden sancaktarlarından. Aylak hakkında bilgiler verir, enderliği ve hatta uniquenessiyle pahada değerliyen öten yandan aylağın karakterinin bir parçası olur. Hızır’ın yaşantısını devam ettirdiği mekanlarda bir adet “dekoratif silah” ve birkaç tane de “model araba” görülmüştür. Hızır bu eşyaları rastgele seçmemiştir. Dekoratif silah, eski bir antika silahtan meydana gelmektedir ki bu yönüyle pahalı bir metadır, öte yandan Hızır’ın yaşadığı silahların gölgesindeki hayata gönderme yapmaktadır. İkinci emtia olan model arabalar ise, aslen araba galerisi işleten Hızır’ın yaptığı legal işi temsil eden eşyalardır. Aslının bire bir aynı olan bu model arabalar pahada yüksek değere sahip olduğu kadar sahibi hakkında da bilgi taşımaktadır. Bu sebeple de aylağın dünyasında hiçbir şey rastlantısal değildir. Aylağın hayatı bir temsiller ve gösteriş bütünüdür. Kullandığı mobilyalar için de bu geçerlidir.

Tablo 19: Lüks Mobilyaların Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı

Kişiler	Lüks Mobilyalar															
	Bahçe Oturma Grubu	Şezlong	Ahşap Büyük Yemek Masası	Ahşap Oyma Çalışma Masası	Ahşap Oyma Dolap	Ahşap Oyma Kütüphane	Ahşap Oyma Dresusar	Ayna	Altın Varaklı Koltuk Takımı	Altın Varaklı Orta Sehpa	Gösterişli Koltuk Takımı	Deri Sandalye/ Koltuk	Gösterişli Ofis Mobilyaları	Altın Varaklı Cibinlikli Yatak	Altın Varaklı Makyaj Aynası	Toplam
Hızır Çakırbeyli	10	-	3	1	3	1	5	1	3	1	8	2	1	8	4	51
	%8,92	-	%2,67	%0,89	%2,67	%0,89	%4,46	%0,89	%2,67	%0,89	%7,14	%1,78	%0,89	%7,14	%3,57	%45,53
Ünal Kaplan	4	-	5	6	2	-	4	3	8	2	-	7	7	-	-	48
	%3,57	-	%4,46	%5,35	%1,78	-	%3,57	%2,67	%7,14	%1,78	-	%6,25	%6,25	-	-	%42,85
İlyas Çakırbeyli	1	1	5	-	-	-	1	-	-	-	-	3	2	-	-	13
	%0,89	%0,89	%4,46	-	-	-	%0,89	-	-	-	-	%2,67	%1,78	-	-	%11,60
Toplam	15	1	13	7	5	1	10	4	11	3	8	12	10	8	4	112
	%13,39	%0,89	%11,60	%6,25	%4,46	%0,89	%8,92	%3,57	%9,82	%2,67	%7,14	%10,71	%8,92	%7,14	%3,57	%100

Tablo 19’da belirtilmiş, lüks mobilyaların sahnelere göre görülme sayısı ve sahiplik durumlarına göz atıldığında, birbirinden çok farklı sonuçlar çıkmadığı dikkat çekmektedir. Tabloya göre, mobilyaların görülme sayıları değişiklik gösterse de birbirleri üzerine fazla bir üstünlük kurmadığı tespit edilmiştir. Hızır da Ünal da lüks mobilya kullanımını konusunda birbirlerine çok yakın durumdadır. Ayrıca Hızır’ın altın varaklı mobilya kullanım merakı Ünal’dan bir miktar üstte olsa dahi, Ünal da altın varaklı mobilyalar kullanmakta; Ünal’ın ahşap oyma mobilya kullanma oranı da Hızır’ın biraz üzerinde olsa dahi bu iki karakter de birbirine çok yakın mobilyalar kullanmaktadır. Bu sebeple iki karakter için de Hızır varaklı mobilyalar kullanıyor daha şarki bir kültüre ait veya Ünal ahşap oyma mobilyaları tercih ettiği için daha zevk sahibi diyemeyiz. Fakat mobilyaların nitel özelliklerine daha çok girecek olursak, tüm mobilyalar devasa bir büyüklük göstermektedir. Bu durum da yüksek kudretin göstergesi büyük mobilyalarla açıklanabileceği gibi, geniş yaşam alanlarını doldurmaya çalışan bu insanların yaşadıkları mekanların genişliğinden ve hayatlarına getirdiği refahtan da dem vurmaya çalıştığı söylenebilir.

Tabloda ayrı bir kategoride, incelenebilecek olan, lüksün büyük oranda oturma grupları üzerinde yoğunlaşmış olmasıdır. Öyle ki;

- Bahçe oturma gurubu: %13,39
- Altın varaklı koltuk takımı: %9,82
- Gösterişli koltuk takımı: %7,14
- Deri sandalya/koltuk: %10,71 olmak üzere,

toplamda, %41,06 gibi büyük bir oran oturma gruplarına ayrılmıştır. Bunun en büyük sebebinin ise lüksün kullanıcı deneyimleriyle daha fazla hissedilebilir olmasından kaynaklandığı tahmin edilmektedir. Bir konuk lüks koltuk takımını sadece gördüğünde değil, rahatlığını hissettiğinde ve o süslemeleri arasında kendini konumlandığında etrafını çevreleyen lüksü deneyimleyerek hissetmesi, eşyayı lüks yapan unsurlardan etkilenme oranını yükseltecektir. Bu sebeple lüks, mobilya dahi olsa, asla tek başına işlevsellik ve konfor taşıyan bir meta değil aynı zamanda pazarlanabilir bir güç ve kudret göstergesidir.

Tüm bunlarla birlikte bahçe oturma grubunun tüm karakterler tarafından kullanıldığını ve bu oranın %13,39 olduğunu görmekteyiz. Bahçe oturma grupları için bir bahçe gerekli olduğu herkesin malumudur. Bu sebeple bahçe oturma grupları da sadece varlıklarıyla bile bahçesi olan bir evin sahipliğini ve bu bahçenin kullanıma uygun olduğunu anlatması sebebiyle gösterinin bir parçası olmaktadır. Zira bahçeli bir ev günümüzde pek çok kişi için lüksken, kullanışlı bir bahçe sahibi olmak ve kullanışlı olduğunu anlatmak bahçe mobilyalarıyla mümkündür.

Mobilyalar sadece lüks olmakla kalmayıp kolaylıkla lüks gösteriş bir parçası yapılabilirler. Farklı segmentlerdeki mobilyalar da bunun için imal edilmektedir. Peki sanat eseri ne kadar gösteriş unsuru haline gelebilir veya nasıl metalaştırılabilir? Tablo 20’de bu soruya yanıt aranmaya çalışılacaktır.

Tablo 20: Sanat Eseleri Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı

Kişiler	Sanat Eseleri				Toplam
	Tablo	Heykel	Hat	Çini	
Hızır Çakırbeyli	35	-	4	5	44
	%45,45	-	%5,19	%6,49	%57,14
Ünal Kaplan	7	4	-	-	11
	%9,09	%5,19	-	-	%14,28
İlyas Çakırbeyli	11	-	-	-	11
	%14,28	-	-	-	%14,28
Nazlı	6	5	-	-	11
	%7,79	%6,49	-	-	%14,28
Toplam	59	9	4	5	77
	%76,62	%11,68	%5,19	%6,49	%100

Tablo 20’ye göz attığımızda Hızır’ın tablolarının diğer sanat eseri sahipliklerine göre ezici bir üstünlüğünün olduğunu görmekteyiz. Bu durum sanat eseri sahipliklerini analiz ederken yanıltıcı bir sonuç olabilir zira, Hızır Çakırbeyli’nin ana karakter oluşu, Çakırbeyli ailesinin kadınları arasındaki entrikalar evde cereyan ettiğinden ve Hızır da akşamları bu eve dahil olduğu için bu evin sıklıkla gösterilmesi sebebiyle Hızır’a ait

sanat eserleri ekranda daha çok gösteriş unsuru olarak yer almıştır. Fakat bu durumun dışına çıkılırsa daha enteresan bir nüansın söz konusu olduğu anlaşılacaktır. Burjuvaziyi temsil eden ve köy kökenli olan Hızır içinde yetiştiği geleneksel kültür doğrultusunda şekillenen sanatsal zevkleri doğrultusunda evinde çini ve hat sanatına ait eserler bulunmaktadır. Bununlar beraber aristokrat batılı Ünal ve iyi eğitim almış Nazlı'nın evlerinde ise tablonun yanı sıra batı sanatıyla özdeşleşmiş heykeller göze çarpmaktadır. Bu durum karakterler arasındaki kültürel uçurumun belirtisi olduğu kadar yine üzerinden geçeceğimiz gibi sanat eserleri de diğer lüks tüketim metalleri gibi aylağın “kudretini ne şekilde ifade edeceğinin” aracı haline gelmiştir. Ait olduğu sosyo-kültürel statünün onun kişiliğine kattığı özellikleri ifade etmek isteyen aylak, hem maddi gücünün elvermesi sebebiyle bunu sanat eserleri üzerinden yapmakta, hem de sanat eserlerini tür ve içerik olarak tercih ederken yine ait olduğu sosyo-kültürel statüye göre seçimler yapmaktadır ve bu iki unsur birbirini desteklemektedir.

Sanat eserleri üzerinden bu karakterlerin birbirleriyle olan ilişkileri incelendiğinde ise, öncekilerden farklı olmayan sonuçlar çıkmakta, yani sanat eserleri de genel tüketim alışkanlıklarının getirdiği göstergeleri desteklemektedir; tek bir farkla. Ünal Karaman zaten bir tanedir, onun üstüne yoktur, önüne çıkanı kaldırır, kudreti yücedir. Onunla bir kıyas mümkün değildir, tüketim alışkanlıkları da zaten buna işaret etmektedir. İlginç olan Nazlı ile Hızır'ın durumudur. Bu “ayrı dünyaların insanları” dizide oldukça uyumsuz bir birleşme izlenimi vermekteyken analiz verileri de bunu destekliyor. Dizide bir çok yerde hayıflanmasından anladığımız kadarıyla üniversiteyi tamamlayamayan Hızır, ekonomik özgürlüğü olan daha farklı bir sosyo-kültürel statüye ait, eğitilmiş bir kadının üzerinde nasıl zorbaca baskı kurabilir? Bu durum da Hızır'ın kudretiyle alakalıdır zira onun kudreti de Nazlı'ya yetmektedir. Açıktır ki Hızır kültürel gelişimini tamamlayamamış ve çeşitlendirememiş, geleneksel kültüre takılıp kalmıştır. Nazlı'nın ise evindeki sanat eserlerinden anladığımız kadarıyla buna şansı olmuştur. Fakat bu iki uyumsuz insan da birbirlerini sevmelerinin ötesinde – doğru veya yanlış – bireysel alanı ait olduğu sosyo-kültürel statü doğrultusunda geniş olması gereken Nazlı, Hızır'ın ezici kudreti altında sinmiş ve Hızır'a bağlanmıştır. Bu sebeple sanat eserine ne derece değer verdiğinden ziyade sanat eserini niteliği karakterin ve dolayısıyla gücün ne gibi bir türü olduğuyla ilgili bilgi veren bir araca dönüşüyor.

Mekanlar:

Tablo 21: Karakterlere Ait Mekanların Gösterimi

Kişiler	Mekanlar												
	Villa	Köşk	Bahçe	Veranda	Havuz	Salon	Mutfak	Çalışma Odası	Yatak Odası	Yemek Salonu	Ofis, İşyeri	Fidamlık	Toplam
Hızır Çakırbeyli'ye Ait Mekanlar	23	-	-	19	11	22	27	3	8	-	15	18	146
	% 9,87	-	-	% 8,15	%4,72	%9,44	%11,58	%1,28	%3,43	-	%6,43	%7,72	%62,62
İlyas Çakırbeyli'ye Ait Mekanlar	7	-	1	3	2	7	-	-	-	-	5	-	25
	%3	-	%0,42	%1,28	%0,85	%3	-	-	-	-	%2,14	-	%10,69
Ünal Kaplan'a Ait Mekanlar	-	19	7	-	3	-	-	16	-	4	-	-	49
	-	%8,15	%3	-	%1,28	-	-	%6,86	-	%1,71	-	-	%21
Nazlı'ya Ait Mekanlar	-	-	-	-	-	13	-	-	-	-	-	-	13
	-	-	-	-	-	%5,57	-	-	-	-	-	-	%5,57
Toplam	30	19	8	22	16	42	27	19	8	4	20	18	233
	%12,87	%8,15	%3,42	%9,43	%6,85	%18,01	%11,58	%8,14	%3,43	%1,71	%8,57	%7,72	%100

Aylak karakterin yaşantısının anlaşılabilmesi için, onu çevreleyen eşyalar kadar eşyalarla birlikte varolduğu evrene, yani mekanlara da göz atılması gerekmektedir. Tablo 21'e bakıldığında iç ve dış mekanların gösterildiği sahne sayılarının, karakterlerin mekana sahipliği üzerinden ayrı ayrı sayılarak tespit edildiği görülecektir. Neticede oluşturulmuş tablo gözönüne alındığında özel bir iç mekan olan Hızır Çakırbeyli'nin mutfağı %11,58 oranla en çok gösterilen mekan olarak dikkat çekmektedir. Bunun sebebi Çakırbeyli kadınlarının zamanının çoğunu mutfakta geçirmesidir. Kadının, kendini mutfakta varetmiş geleneksel rollerin devamını gördüğümüz bu alışkanlık, daha önce değindiğimiz aylak ailelerdeki otoriter baba figürü karşısında kadının aşağı konumlanmasıyla ilintilidir. Bu otoriter baba figürü burjuva kültürünün çözülmesiyle ortadan kalksa da anlaşıldığı kadarıyla henüz dönüşümünü tamamlayamayan, bu tip, geleneksel bağlarına sıkı sıkıya bağlı burjuva ailelerde hala görülmektedir. Ayrıca ne enteresandır ki, kadın evden çıktığında, aylağın varyetinin sembollerinden birine dönüşür, giyimiyle, takılarıyla, çantasıyla vs. Fakat ev içine baktığımızda tablodan da gördüğümüz üzere mutfak zamanlarının çoğunu geçirdikleri yegane mekan olarak dikkat çekmektedir.

Meskenlerin dışarıda gösterilmesi varyetin açıkça sergilenebilmesi için tercih edilen yöntemlerden biridir. Örneğin; akşam yemek masası görüntülenecekse, kurguda önce villa dışarıdan konumlandırılmıştır, olayların geçtiği mekan olarak, ardından yemek salonuna geçilmiştir. Bu, Hızır, İlyas'ın villaları ve Ünal'ın köşkü için öncelikli olarak yapılan bir kurgu uygulamasıdır. Bu üç mekan da ayrı ayrı sırasıyla, 23, 7, 19 kez gösterilmiştir. Meskenler dıştan, 49 kez gösterilerek, mekanların toplam gösterim oranının %21,02'sine tekabül etmektedir.

Meskenlerin dışları kadar bahçelerinde yer alan mekanlar da kendine dizide yer bulmuş, bu mekanların sahipliği, özellikle enderliği sebebiyle önem arz etmiştir. Şöyle ki, veranda, havuz veya bahçe günümüzde pek çok lüks konutta bile erişimi zorken, dizide aylağın varyet ve refah göstergelerinden biridir. Bu üç mekan toplamda %19,7 oranında gösterilmiştir. Ayrıca aylak bu dış mekanları yemek masası, bahçe oturma

grubu gibi eşyalarla donatmıştır. Bununla birlikte Hızır'ın boş vakitlerini sıklıkla geçirdiği bir fidanlık da söz konusudur ve %7,72 oranında bir gösterime sahiptir.

Aylağın emekten muaf yaşantısı işyeri gösterimlerinde de görülmektedir. Hızır ve İlyas'ın işyerinde görüntülenme sayıları, ikisinin ofisi ve galerinin kendisi, toplamda %8,57 oranında görüntülenerek üçünün toplamı bile pek çok mekanın tek başına görüntülenme sayısının gerisinde kalıyor. İşyerinde çok sık görüntülenmemeleri çalışmak için çok az işyerine uğradıkları anlamına geliyor. Ayrıca hikayenin akışı içerisinde bazen de iş dışı uğraşlar için ofise gelmektedirler.

Çalışma odalarının görüntülenmesinde Ünal %6,86'lık oranla, Hızır'ın %1,28'lik görüntülenmesinin önüne geçmektedir. Burada Ünal her ne kadar, her zaman odayı amacına yönelik kullanmasa da sayılar üzerinden de Ünal'ın entelektüel alışkanlıklarına Hızır'dan daha çok zaman ayırdığını göstermektedir. Bu durum da çoğu yerde değinilen, Ünal'ın gerek zenginliğiyle, gerekse de boş zaman alışkanlıkları ve beğenileriyle, Hızır ve diğerlerinden çok farklı, üst bir konumda olmasıyla ilintili olup, sayılarla da Hızır'ın evdeki çalışma odasında geçirdiği zamanın çok ötesindedir.

3.5.1.5. Hikaye İçerisindeki Ayrıntılar:

Aylak sınıfın konumunu korumak için, muhafazakar bir yapıda olduğundan daha önce bahsedilmişti. Fakat bu muhafazakarlık aylak zümrenin dünya görüşüne de sirayet eden bir durum. Günümüzde kadınların da en az erkekler kadar eşit şartlarda hayata başlaması, hele hele ekonomik refah düzeyi yüksek ailelerde kadının da doğal olarak refah seviyesinin yükselmesine rağmen, dizide halen daha erkek aile reisi, erkek çocuk, erkek gibi kadın gibi olgularla övünüyor ve bu statü muhafaza edilmeye çalışılıyor. Hızır zaten otoriter bir aile reisidir. Evlilik durumunda başka bir kadınla beraber olmak ne kadar yanlış olursa olsun, damarına basıldığında “istediğim kadınla birlikte olur, istediğim kadından çocuk yaparım” diye kendini savunur ve bunda herhangi bir yanlışlık görmez. Keza aynı çocuk meselesinde, daha önceleri oğlunun ilişkisini onaylamayan Hızır'ın annesi, oğlunun sevgilisinin bir erkek çocuğa hamile olduğunu öğrendiğinde tavır değiştirmektedir. Yine benzer şekilde aynı babaanne “erkek gibi karı” olmakla övünmektedir. Ailenin kızı Zeynep ise, erkek kardeşinin

okulda başından geçen bir tartaklanma vakasından sonra ailenin tek erkek çocuğu olduğu ve kendine dikkat etmesi gerektiğini söyler. Çünkü Zeynep ileride kardeşinin korumasına muhtaç olacağını düşünmektedir fakat o da en az erkek kardeşi kadar iyi eğitim almaktadır. Kısacası geleneksel roller ailenin her kesiminde görülmektedir. Bu durum da ailenin muhafazakar yapısı hakkında bilgi vermektedir.

Ataerkil ve otoriter bu ailede, aylaklığın nispeten ilkel bir hali görülmektedir. Çalışmanın başlarında bahsedilen gayri resmi mahkemede beraat alan İlyas, daha sonra, mahkemeden İlyas'a ölüm emri çıkacağı endişesiyle İlyas'ın ölümünü engellemek için, düşmanı pazarlığa oturan kız arkadaşına şiddet uygular. Zira ona göre gerekirse ölmeliydi, buna o, mâni olmamalıydı. Nasıl ki, ilkel aylaklarda savaşçılık bir statü göstergesiye ve savaş meydanında öldürmek kadar “onurlu bir ölüm” de söz konusuysa ve nasıl ki, aylak, onurlu görülen belli ölçütler için yaşayan kimseyse, İlyas da o gün gerekirse onuruyla ölmelidir.

Hızır, tüm iş sürecini aile içinde yürütmeye çalışır. Ekipte bir kaç fedai ve Vehbi isimli danışman statüsündeki adam dışında herkes, enişte, kuzen, kardeş gibi bağlarla aileye bağlıdır. Fedailer zaten gizli toplantılara alınmaz. Gizli toplantılarda sadece aile üyeleri ve Vehbi vardır. Bu durum da aylaklığın ilkel bir halinin görüldüğünün, aile bireyleri arasındaki dayanışma ve kan bağlılığının bir göstergesidir.

Aile, bir kuşak önceden gelen aile mesleğini devam ettirmektedir. Daha önce Veblen aracılığıyla bahsedildiği gibi, mirasla gelen gelir ailenin ana geçim kaynağını meydana getirmektedir. Babanın işi başarılı, tutmuş bir iştir. Bu sebeple bilinen yöntemler dışına çıkmak risk taşımaktadır. Yine aylığın muhafazakar yapısı burada devreye girerek, aylığın tehlikeden sakınma aralığının ne kadar dar olduğunun göstergesidir.

Aylaklık her şeyden öte bir “şanın yürümesi” durumudur. Parayla, nüfuzla, gösterişle veya başka bir şeyle fakat ne olursa olsun aylak şanı ile anılan olmalıdır. Bu sebeple Hızır hapishaneye düştüğünde bile, oraya şanı ile gelmiştir ve diğer mahkumlardan çok hürmet görmüştür. Çünkü içerideki herkes onun variyetini de elinin uzanacağı yerleri de çok iyi bilmektedir. Sonuç olarak aylak bu gibi bileşenler

sayesinde şanını yanında taşıyan kişi olmaktadır. Hatta öyle ki, devlet yetkilileri bile Hızır'a "ağa" diye hitap etmektedir.

Ailenin uzak akrabası olan ve silah üretimi işinde bizzat usta olarak çalışan ve pek de parası olmayan Servet bir sahnede diğerlerini "sizin işiniz de zormuş he, bütün gün boş beleş gezmek" diyerek ironi yapar ve ailenin asıl aylaklarını eleştirir. Öykünme içeren bu serzeniş, aylağın aylaklığının toplumun diğer kesimlerince de kabul görmesi ve öykünülmesi gerektiğini hatırlatmaktadır. Eğer biri aylağa "aylak" demezse, o, sadece bir tembeldir ancak aylaklık gösterişe dönüştüğü zaman "açıkça görülen aylaklık" halini aldığı anda işte o zaman aylak kendi statüsünü hak eder.

Aylağın yiyen kadar yediren olduğundan çalışma içerisinde bahsedilmiştir. Dizide de teyze, Nazlı'ya bebek hediyesi olarak bir villa vermektedir. "Gönlünden kopan" her miktar, aylağın şanını yükseltmektedir. Zira hiç kimse kendine zarar verecek bir miktarı gözden çıkartmaz. Eğer teyze bir harcama yaptıysa bu onu sarsmayacak bir meblağdır. Fakat meblağın büyüklüğü onun aylak statüsünün göstergesidir.

Günümüz burjuvasının bilgi, sanat, entelektüeliteden ayrılması bunları gösterişçi hale getirmesinden bahsedilmiştir. Dizide de Hızır kitap okumayı küçümsemektedir. Karısını "nereden buluyorsunuz bu entel lafları, ne okuyorsunuz" diyerek eleştirmektedir. Hızır'ın genel olarak okumaya ve entelektüel bilgiye karşı aksi bir duruşu vardır.

Çakırbeyli ailesi de pek çok doğulu burjuva gibi hakim kültüre, batıdan geldiği haliyle, hayran olan ancak doğulu inançlarını içselleştirmiş bir ailedir. Bu sebeple alaturka düşünüp, alafranga yaşamaya çalışmaktadırlar. Her ne kadar o yüce gördükleri kültüre özenseler de - giyim, eşya, sanat eseri sahipliği gibi nüanslar dışında - ona ulaşamamaktadırlar. Erkek egemenliği, aylaklığın ilkel bir halini yaşamaları gibi göstergelerin yanı sıra söylemler, dinlenen şarkılar, gelenekler hepsi doğuya aittir ancak evlerinden piyano ve heykeller eksik olmamaktadır. Bu sebeple ailenin bir aidiyet sorunu yaşadığı düşünülmektedir. Tüm değindiğimiz özellikleriyle Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz, iki farklı aylağın, Kaplanlar ve Çakırbeyliler (ve bazı bir takım aileler) olmak üzere gösterildiği ve çatışmalarını sergileyen bir dizi olarak dikkat

çekmektedir. Günümüz aylağına ışık tutması açısından geleneksel ve batıya öykünen yönleriyle, köyden kente göçen burjuva hakkında ayrıntılı bilgi vermektedir. Fakat her şeyin kültürel çeşitlilik kazandığı, sentezlendiği ve glolokalleştiği günümüzde erken sanayi dönemi aksine birden fazla aylak çeşidi bulunmaktadır. İncelenen bir diğer dizi olan “Yasak Elma’da” daha farklı bir aylak sınıfla karşılaşılmıştır.

3.5.2. Yasak Elma

“Yasak Elma” ilk bölümü 19 Mart 2018 tarihinde yayınlanmaya başlanmış bir televizyon dizisidir. Dizi, 2019 yılı itibariyle halen daha Fox TV televizyon kanalında yayınlanmaya devam etmektedir. Yönetmenliğini Neslihan Yeşilyurt’un yaptığı dizinin senaryosu, Melis Civelek tarafından yazılmaktadır²⁷.

3.5.2.1. Yasak Elma Dizisinin Konusu

Yüksek sosyetenin gözde simalarından olan Ender Argun (Şevval Sam), kocası ünlü ve başarılı, zengin iş adamı Halit Argun’un (Talat Bulut) kaba ve umursamaz tavırlarından sıkılınca, onunla olan evliliğini bitirmeye, ancak bunu yaparken de yüklü bir nafaka alarak boşanmaya karar verir. Bu kararın ardından yolu Yıldız (Eda Ece) ile keşişen Ender, boşanma planlarına Yıldız’ı da dahil eder. Yıldız’ı, Halit Argun’un yanında işe girmeye ikna eden Ender, Yıldız’dan, Halit’e yakınlık göstererek ona kendini sevdirmesini ve aşık etmesini istemektedir. Böylelikle planı, daha önceden ayarlanmış bir buluşma ile Yıldız’ı Halit ile otel odasında basıp aldatma gerekçeli boşanma anlaşmasını Halit’e imzalatarak malının yarısını almaktır. Fakat beklentileri bu yönde gerçekleşmez ve asıl Ender’in onu aldattığını anlayan Halit, bunu fotoğraflar ve görgü tanıklarıyla ispatlayarak nafaka ve tazminatsız olarak vermeden Ender’den boşanır.

Bu boşanmanın ardından Ender için zor bir süreç başlar. İki göz bir gecekonduda eski standartlarından oldukça uzak yaşamaya başlayan Ender, yüksek sosyetenin silinmediğinin çırpınışlarını kendi imkanları dahilinde vererek topluluklarda yer

²⁷ [https://tr.wikipedia.org/wiki/Yasak_Elma_\(dizi\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Yasak_Elma_(dizi))

almaya çalışmaktadır. Öte yandan da kendisine kumpas kurduğunu düşündüğü Yıldız'dan ve onu beş kurusuz terkeden Halit'ten intikam almaya çalışır. Tüm bu uğraşları sırasında yanında yer alan tek kişi, tam anlamıyla avare bir hayat süren kardeşi Caner Çelebi'dir (Barış Aytaç).

Öte yandan kardeşi Zeynep (Sevda Erginci) ile yaşayan Yıldız bu oyuna kendini kaptırmış ve Halit'i elde etmenin yollarını aramaya başlamıştır. Parıltılı yaşamları iç çekerek uzaktan izleyen Yıldız bu yolla hayallerine kavuşabileceğine inanmaktadır. Tam zıt karakterdeki kardeşi Zeynep ise zor günler yaşayan bir şirketin çalışanıdır. Para, lüks ve gösterişte gözü olmayan Zeynep kendi halinde bir yaşam sürmektedir. Fakat onun da hayatı çalıştığı şirketi Alihan Taşdemir'in (Onur Tuna) satın almasıyla değişir. Başta çokça karşı koymasına rağmen, kendisiyle tamamen zıt karakterdeki patronuyla arasında bir aşk ilişkisi başlar. Bilmediği şey ise Alihan'ın, Halit'in ortağı ve eski kayın biraderi olduğudur.

Türlü oyunlar ve entrikalar neticesinde Yıldız, Halit ile evlenmeyi başarır. Zeynep her ne kadar bu ilişkiye onay vermese de kabullenmek durumunda kalır. Ender ise bir yandan itibarını korumaya çalışırken, öbür taraftan da yeni evlilere gün yüzü göstermemeye kararlıdır. Fakat tek sorun bunlar da değildir. Bu evliliği onaylamayan bir diğer karakter ise Halit'in büyük kızı Zehra'dır (Şafak Pekdemir). Alkol sorunları sebebiyle cemiyet hayatında sürekli kendini küçük düşüren Zehra hem bu evliliği onaylamamakta öte yandan da Ender'in eski sevgilisiyle – kim olduğunu bilmeden – ortak iş kurma hazırlıklarındadır. Dizi bunun gibi karakterler arasındaki güç çekişmeleriyle devam etmektedir. Çözümleme içerisinde bu olaylara ihtiyaçlar doğrultusunda yeri geldikçe değinilecektir.

3.5.2.2. Karakterler ve Aylak Öznenin Temsili

Hikayede pek çok karakter yer almasına rağmen, hikaye içerisinde başrol olarak yer alan karakterler öncelikle ele alınmıştır. Karakterlerin tüketim eğilimleri, boş zaman alışkanlıkları ve aylaklık durumlarını irdeleyebilmek için öncelikle karakterleri tanıtmakta fayda olduğu düşünülmektedir.

Ender Argun, cemiyet hayatının önde gelen isimlerinden güzel, gösterişli ve zeki bir kadındır. Tüm şanını Halit Argun ile evlenmesinin akabinde elde etmiş olsa da bunu taşıyabilen, sosyete de sayılan biridir. Halit Argun ile evliliği; Halit'in yanında sekreteri olarak çalışırken yakınlaşmaları ve Halit'ten hamile kalmasının yanında bu hamileliği bir süre gizlemesiyle mümkün olmuştur. Ender sistemli hareket eden bir kadındır. Evliliğe giden bu süreçte de öyle hareket etmiştir. Ardından bu evlilik Ender Çelebi'den yeni bir Ender Argun doğurmuştur. Ender'in sosyete ye karışması bu şekilde mümkün olmuştur. Fakat zamanla, Halit'in kaba, ilgisiz ve hoyrat davranışları onu bu evlilikten soğutmakla birlikte, aynı zamanda estetisyeni de olan Semih ile bir ilişki yaşamaya başlamasına sebep olmuştur. Ardından Halit'ten boşanmak isteyen ancak bununla birlikte Halit'in mal varlığından da pay kopartmak isteyen Ender, bir restoranda çalışan Yıldız'ı, Halit'in özel hizmetlisi olmaya ikna ederek, bu yolla ikisinin yakınlaşmasını sağlayacak ve aldatma olayının vuku bulmasıyla Halit'in sahip olduğu mallarının yarısını alacaktır. Fakat bu planı – Yıldız'ın da yardımıyla - Halit'in, Ender'in Semih ile olan ilişkisini ortaya çıkartmasıyla suya düşer. Ardından beş parasız boşanmak zorunda kalan Ender, tüm bu yaşadıklarının intikamını Halit ve Yıldız'dan almak için and içer.

Herhangi bir ekonomik faaliyette bulunmayan Ender'in bir işi veya uzmanlığı yoktur. Eşi vasıtasıyla paraya ulaşır ve aylıklık yapmaya hak kazanır. Eşinden ayrıldıktan sonra ise adını kullanarak bir takım tanıtım davetlerinde para karşılığında yer alır. Burada da aylıklığının getirdiği şöhretin kazanımlarını değerlendirirken, öte yandan bir işe girip çalışmak gibi bir durumu da söz konusu değildir.

Ender boş zamanlarında, kendi gibi cemiyet hayatından arkadaşlarıyla buluşmakta, davetlerde boy göstermekte ve zaman zaman yöneticiliğini yaptığı bir derneğin faaliyetlerinde aktif rol oynamaktadır. Boş zamanını verimli ve entelektüel faaliyetlerle geçirmesi söz konusu değildir. Ender için hayat gösteriş ve zevkusefadan ibarettir. Oğlu Erim dahil hiçbir sorumluluğu kabul etmeyen ve ilgilenmeyen ender, şık giyinmek, pahalı aksesuarlar ve davetlerle bezeli bir yaşam kurmuştur kendine.

Dizinin bir diğerk başrol oyuncusu olan Halit Argun, orta yaşlı, başarılı, zengin bir işadamıdır. Gençliğe ve güzelliğe karşı zaafı vardır. Sırf bu sebeple -Yıldız da dahil- dört evlilik yapmıştır. Çapkın bir adamdır. Ender ile evliliği de çapkınlığının bir sonucudur. Problemlı bir boşanma ile sonuçlanan bu evlilikten anlaşılacağı üzere çapkınlığı başına dert açmaktadır. Ayrıca boşanırken eşlerine tazminat veya nafaka ödemeyecek kadar arkada bıraktığı eşlerine karşı vurdumduymaz ve acımasızdır. Evlilik sürecinde de kadınlara kaba davranması bir yana, mücavherlerini dahi kendi özel kasasında saklayacak kadar kimseye güvenmeyen bir yapısı vardır. Bununla birlikte çocuklarına oldukça bağlıdır. Kötü bir koca olsa da iyi bir babadır. Kızları Lila ve Zehra ile oldukça ilgilidir ancak oğlu Erim ‘e ayrı bir düşkünlüğü vardır. Fakat çocuklarıyla kurduğu ilişkide de otoriter bir babadır ve sert bir mizacı vardır. Gel gelelim evin dışında gayet zarif, nazik bir adam protresi çizer. Nezaketi iyi eğitim ve tatbik gerektirdiğinden aylak bir geçmişı olduğu kanısı uyandırmaktadır.

Halit oldukça çalışkan bir işadamıdır. Hayatının merkezinde işi vardır. Gündüzleri vaktinin çoğunu ofiste geçiren Halit, burada işlerin devamlılığını ve verimliliğini kontrol eder. Doğrudan endüstriyel bir faaliyette bulunmaz, işverendir. Bu haliyle Halit Argun yeni çalışma etiği çerçevesinde değerlendirildiğinde “yarı aylak” pozisyonunda bir karakter olarak dikkat çekmektedir. Emek harcamaz, sermayesi ve üretim araçları vardır. Ayrıca bir iş arkadaşının kullandıkları hammadde ile ilgili sorduğu bir soruya verdiği yanıtta iyi eğitilmiş olduğu anlaşılmaktadır. Bir takım göstergelerden tahmin edildiği üzere mühendistir. Fakat ne iş yaptığı tam olarak bilinmez, zira dizide Halit’in işinin niteliği değil, “çalışkan, başarılı, zengin” olması ön plana çıkartılmış ve bunun nasıl olduğunun üzerinde durulmaya pek gerek duyulmamıştır.

Halit boş zamanlarında, tıpkı Ender gibi, davetlere katılır. Arkadaşlarıyla sosyalleşir, iş geliştirme üzerine sohbetler yapar. İş hayatıdır, çünkü hayatı işine bağlıdır. Hayatında işi ne kadar geniş bir yer kaplasa da Halit’in işi üzerinde kapladığı yer kısıtlıdır. Yani az çalışıp çokça kazanan bir statüdedir. Bunun dışında boş zamandalarının çoğunu evde geçiren Halit’in bir çalışma odası vardır ve orada kitap okumaktan hoşlanmaktadır. Ayrıca çocuklarıyla sohbet etmeyi seven Halit, onların problemlerini çözme konusunda da oldukça ilgilidir.

Aylaklık statüsünden uzak olsa da dizinin başka bir başrol oyuncusu Yıldız'dır. Zeki, çalışkan, güzel bir kadındır. Bir restoranda çalışmaktadır, rezervasyon alır, misafirlere yer gösterir, zaman zaman servise çıkar. Fakat fakir bir yaşantısının olmasının yanı sıra, gözünün yükseklerde olması ve zengin olma uğruna her şeyi yapabilecek hırsı, onu, hikayenin merkezine itiyor. Yıldız'ın lüks ve gösterişe olan düşkünlüğünü farkeden Ender, Yıldız'ın bu zaafını kullanarak, ona Halit ile yaklaşacak fırsatlar yaratır. Öncelikle onu Halit'in kişisel hizmetlisi olarak, Halit'in yanında işe sokar. En son raddede niyetini Yıldız'a anlatır ve Halit ile bir otel odasında buluşmasını ve o anı Ender'e haber vermesini ister. Böylece Ender, aldatılmış bir eş olarak Halit'in mal varlığının yarısını alacaktır, Yıldız da Ender'den yüklü bir bahşiş koparabilecektir. Ancak zenginlik ve lüksün hep daha fazlasını isteyen Yıldız, daha fazlasını kazanacağını bildiğinden, bu planı Halit'e anlatır ve beraber Ender'e tuzak kurarlar. Böylelikle Halit'in daha çok güvenini kazanan Yıldız, onunla evlenme sürecine girer.

Yıldız aylak bir karakter değildir. Çalışmaktadır ve çalışmak zorundadır da. Fakat hırsı onu, aylaklığa öykünen bir karakter yapmaktadır. Aylaklığa öykündüğü için de Ender'in teklifini kabul eder, ardından ise Halit ile anlaşır ve Ender'e oyun oynar. Halit ile yaptığı evliliğin sonrası inceleme alanı dışında kalmasına rağmen, tahmin edileceği üzere aradığı aylak yaşantıya kavuşacaktır. Fakat öncesinde, günde on iki saati bulan mesailerle çalışmakta, aylaklık statüsünden oldukça uzak bir yaşantı sürmektedir.

Yıldız'ın boş zaman etkinliklerine dizide çok yer verilmez. Fakat görüldüğü kadarıyla, kardeşi, aynı zamanda da kuaförü olan komşusu Şengül ile beraber, akşamları evde oturup televizyon izleyip, sohbet ederek ve çay içerek vakit geçirmektedir.

Zeynep, Yıldız'ın kardeşidir. Yıldız'ın tam aksi bir karaktere sahiptir. Sade, sıradan ve gösterişten uzak bir yaşantı istemekte ve bunun için de mücadele etmektedir. Kardeşini de, zengilik uğruna tehlikeye koştugu durumlarda, uyararak ona sahip çıkmaya çalışır. Fakat gel gelelim, Zeynep her ne kadar hırslarından arınmışsa,

Yıldız da kafasını koyduğunu yapacak kadar hırslıdır. Fakat Zeynep'in de hayatı, patronu Alihan ile çıkmaya başlayınca değişir. O zamana kadar taşıdığı değerler, aşk hayatındaki gelişmelerle çelişki yaratır olmuştur. Bu ilişkiyi iş yerinde arkadaşlarından gizlemeye çalışır. Öte yandan da zengin bir işadamı olan Alihan ile ilişki yaşamasına rağmen çalışmayı bırakmaz, iş yerindeki görevine devam eder. Mütevazı bir yaşam onun için her şeydir.

Zeynep de Yıldız gibi aylak olmaktan oldukça uzak bir karakterdir. Öyle bir tercihi de yoktur zaten. Yönetici asistanı olarak çalışır. Çok nadir işinden izin alır, zaman zaman da geceli gündüzlü çalışarak hayatını devam ettirir. İşini ve pozisyonunu kanıksamıştır. Daha iyisini aramaya gerek duymaz. İşin verimliliği ve şirket menfaatleri, kendi iş etiği çerçevesinde en öncelikli sıradadır.

Zeynep boş zamanlarını sevgilisi Alihan ile gezmeye giderek veya onun evinde geçirir. Evde olduğu zamanlarda ise Şengül ve Yıldız ile çay içer, sohbet eder. Herhangi bir entelektüel faaliyette bulunmaz. İş hayatının büyük bölümünü işgal etmiştir. Bu haliyle lümpen bir şirket çalışanı olarak dikkat çeker.

Alihan Taşdemir, genç, zengin, çalışkan bir iş adamıdır. Halit'in ortağı olarak iş dünyasında bulunan Alihan aynı zamanda Halit'in eski kayınbiraderidir. Zeynep ile yaşadığı aşk vesilesiyle daha çok sahne alan Alihan, fedakar bir aşık olarak sergilenmektedir. Bunun yanı sıra mesafeli, aksi bir mizacı vardır. Çalışanlarına karşı sert, kaba ve saygısızdır. "Patron" sözcüğünün sözlük karşılığıdır.

Alihan çalışkandır. Fakat o da Halit gibi "imza atmak için" oradadır. İşlerin devamlılığını ve verimliliğini denetler, doğrudan bir üretim faaliyetinde bulunmaz. Yarı aylak pozisyonunda hayatını sürdürür bu genç ve zengin adam. Uçaklarla ilgili bir iş yapmaktadır ancak bu işin ne olduğundan dizide açıkça bahsedilmez. Burada da Alihan'ın aylak yaşantısı cazibe olarak iş hayatından daha ön plana çıkarılmıştır.

Alihan'ın boş zamanlarını Zeynep ile çıkmaya başlamasından önce ve sonraya ayırmak gerekmektedir. Zeynep'ten önce hovarda bir bekarlık süren, pahalı gece kulüplerinde zaman geçiren biridir. Zeynep'ten sonra ise çiftlerin gerçekleştirdiği basit

ve sakin aktiviteleri tercih etmiş hatta nispeten eve kapanmıştır. Alihan da sosyetik davetlerde sıkça görülür. Sıklıkla katılmasına rağmen, buralarda fazla zaman geçiremez, çabuk sıkılır. Tüm bunların yanı sıra Alihan boş zamanlarında basketbol oynamayı, sahilde jogging yapması sever. Kitap okuduğu birkaç sahneye de rastlanmıştır.

Zehra Argun, Halit'in en büyük kızıdır. Ender'e, babasına oyun oynayarak onla evlenmiş olmasından dolayı kızgındır ve her fırsatta tepkisini ortaya koymaktadır. Alkol sorunları vardır. Bu sebeple cemiyet davetlerinde çoğu kez küçük düşmüştür. Bu sebeple babasıyla arası açıktır ve babası Zehra'ya güvenmez. Onun hiçbir işi beceremeyeceğini düşünür. Hal böyle olunca evin dışı kadar, evin içi de çekilmez olur Zehra'ya. Zehra ailesine düşkün bir kadındır. Kardeşlerini, babasını sever ve onlara bağlıdır. Fakat babasının onu sürekli bir köşede oturmaya layık görmesi sebebiyle hayatta hiçbir varlık gösterememiştir. Eğitimi konusunda bilgi verilmemektedir.

Zehra hiçbir üretici faaliyette bulunmaz. Babası üzerinden aylaklık eder. Semih ile beraber bir estetik kliniği açmaya çalışır. Bu yolla babasının gözüne girebileceğini ve kendini kanıtlayabileceğini düşünür. Bu durumda aylak olmak bir seçim değildir belki ama çalışmak, babası tarafından ona yakıştırılmaz, bu sebeple de Zehra tam aylak bir yaşantı sürmektedir.

Zehra boş zamanının çoğunu evde geçirir. Sıklıkla davetlere ve gece kulüplerine gittiği de görülmektedir. Ayrıca Ender'in fakir duruma geldiği andan itibaren, başkanlığını yürüttüğü derneği daha fazla destekleyememesi sebebiyle başkanlıktan atılmasının ardından, Ender'e nispet yapmak için derneğe yüklü bir bağış yapmış ve derneğin başkanı olmuştur. Bu andan itibaren dernek faaliyetleri de boş zamanının bir parçası haline gelmiştir.

3.5.2.3. Karakterlerin Aylaklık Statü Simgeleri

Çalışmanın bu kısmında, Yasak Elma dizisi karakterlerinin aylaklık statü simgeleri; gösterişçi tüketim, kıt kaynaklara erişim ve onurla ilişkilendirilmiş emek olmak üzere üç maddede incelenecektir.

Gösterişçi Tüketim

Gösterişçi tüketim aylaklığın en önemli bileşenlerinden biri olmakla birlikte, aylağın dış dünyayla kurduğu iletişimin de önemli bir parçasıdır. Bu sebeple aşağıdaki tabloda da görüleceği üzere takım elbise, kolye, parfüm gibi herkesçe ulaşılabilir olan metaları dahi lüks segmentlerden tercih etmektedir. Tablo 22’de, Yasak Elma dizisinin başrol oyuncularından gösterişçi tüketim imkanı olanların kullandığı gösterişçi tüketim araçları görülmektedir.



Tablo 22: Yasak Elma Dizisi Başrol Karakterlerinin Gösterişi Tüketim Tablosu

Kişiler	Gösterişi Tüketim Ürünleri																				Toplam								
	Takım Elbise	İpad	Helikopter	Lüks Araba	Frak	Küpe	Elbise	Güneş Gözlüğü	Çanta	Kol Diğmesi	Kolye	Kürk	Ayakkabı	Parfüm	Yüzük	Manto	Eldiven	Spor Araba	Saat	Kravat		MacBook Air	Mendil	Lüks Metosiklet	Özel Jet	Binek Atı	Altın Zincir	Bileklik	
Halit Argun	24	4	3	21	2	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	56
	%9,79	%1,63	%1,22	%8,57	%0,81	-	-	-	-	%0,40	-	-	-	-	-	-	-	-	%0,40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	%22,85
Ender Argun	-	-	-	-	-	8	37	9	20	-	2	3	7	1	1	3	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	93
	-	-	-	-	-	%3,26	%15,10	%3,67	%8,16	-	%0,81	%1,22	%2,85	%0,40	%0,40	%1,22	%0,40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	%0,40	%37,95
Alihan Taşdemir	17	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	13	20	1	12	2	1	2	1	3	-	75	
	%6,93	%0,40	-	-	%0,40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	%0,40	%5,30	%8,16	%0,40	%4,89	%0,81	%0,40	%0,81	%0,40	%1,22	-	%30,61	
Zehra Argun	-	-	-	-	-	-	14	-	1	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	21	
	-	-	-	-	-	-	%5,71	-	%0,40	-	%1,22	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	%1,22	%8,57	
Toplam	41	5	3	21	3	8	51	9	21	1	5	3	7	1	1	3	2	13	21	1	12	2	1	2	1	3	4	245	
	%16,73	%2,04	%1,22	%8,57	%1,22	%3,26	%20,81	%3,67	%8,57	%0,40	%2,04	%1,22	2,85	%0,40	%0,40	%1,22	%0,81	%5,30	%8,57	%0,40	4,89	%0,81	%0,40	%0,81	%0,40	%1,22	%1,63	%100	

Lüks metalara ulaşabilen karakterlerin, gösterişçi tüketim alışkanlıklarının görüldüğü Tablo 22, karakterlerin taşıdığı kişilik özelliklerine göre değişkenlik gösterdiği görülmektedir. Zengin bir iş adamı olan Halit, iyi giyinmek zorunda hissetmiş ve ulaşımda hız ve konforu tercih etmiştir. Ender ise, gösterişli elbiselerini pahalı aksesuarlarla zenginleştirmiştir. Alihan Taşdemir'in ise gösterişçi tüketim alışkanlıkları, gençlik ve zenginliği etrafında şekillenmiştir. Zehra ise genç bir kadın olarak elbiselerinin yanı sıra gösterişli takıları tercih etmiştir.

Karakterleri tek tek ele aldığımızda Ender, %37,95'lik görülme oranıyla diğer tüm karakterlerden daha göz önünde olduğu izlenmiştir. Hemen ardından Alihan Taşdemir, %30,61 ile ikinci sırada görüntülenmiş, Halit ise hepsinden zengin olmasına rağmen %22,85 ile üçüncü olmuştur. Bunun sebebi başta, Ender'in bir eş ve kadın olarak gösterişin simgeleştirildiği meta olmayı kabul etmesidir. Zira kadın, "mücevher taşıyıcısı" olarak erkeğin en önemli aylaklık göstergelerinden biridir. Çünkü erkek istese de kadın kadar gösterişli olamayacaktır. Fakat bunun yerine, her an gözler önünde olmasa da daha kıymetli gösteriş metaları erkeğin mülkiyetindedir. Tabloya bakıldığında da bu açıkça görülmektedir. Kadınların gösteriş kalemleri daha ziyade kıyafet, takı ve aksesuardan yana tercih edilmişken, erkekler daha sade takım elbiselerin yanı sıra pahada daha yüksek arabaları hatta özel jet, helikopter gibi metaları tercih etmişlerdir. Elbise ve takım elbiselerin toplam %37,54'lük oranının karşısında helikopter ve özel jet olarak %2,03'lük bir oranda kalsa da nitelikte çok daha önemli bir gösteriş metası olarak dikkat çekmektedir. Kısacası tabloda iki şey ilk bakıldığında dikkat çekmektedir; gösterişçi tüketim cinsiyetlere göre farklılık göstermektedir ve nicel olarak düşük oranda kalan kalemlerin aslında pahada çok daha yüksek olabilmesi. Tabloyu incelerken öncelikle bu iki özellik üzerinde durulacaktır.

Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisinde, Meryem'in sık sık lüks araba kullandığı görülmüştür. Ancak bu tabloya baktığımızda kadınların lüks araba sahipliği göze çarpmamaktadır. Kadınlar daha ziyade babalarının/kocalarının araçlarını şoför vasıtasıyla kullanmaktadırlar. Bu durumun başlıca sebebi, Meryem Çakırbeyli'nin bir mafya babasının karısı olması sebebiyle maskülen tavırlar sergilemesi beklenmiştir. Fakat Yasak Elma'daki kadınlar, Meryem'in aksine, geleneksel rollerden sıyrılmış, örneğin mutfakta hiç zaman geçirmeyen ve bununla birlikte daha feminen davranan

ayrıca, tam aylaklığa geçmiş karakterler olarak dikkat çekmektedir. Bu sebeple gösterişçi tüketim metaları da erkeklerden tamamen ayrılmıştır.

İkinci dikkat çekici özelliği ise tablodaki nicel verilerde önemsiz gibi görülen helikopter, özel jet, spor araba, lüks motosiklet gibi gösteriş metalarının ayrıca yorumlamaya muhtaç olmaları. Zira bu metalar önemsiz rakamlarla temsil edilseler de arkalarında ciddi bir gösteriş ve varyet göstergeleri taşımaktadırlar. Bu metalara karakterler tek tek ele alınırken hikaye içerisinde taşıdığı anlamlarla yer verilmiştir. Pahada yüksek olmalarının yanı sıra bağlamlarıyla anlam kazanan bu metaların aslında nasıl gösterişe dönüştürüldüğünün anlatısı hikaye içerisinde yer almaktadır. Bu sebeple çalışma karakterlerin tek tek ele alınmasıyla devam edecektir.

Halit Argun, dizinin en zengin karakteri olarak karşımıza çıkmaktadır, tabloda da ilk ele alınan karakter olmuştur. Halit Argun'un gösterişçi tüketim metalarının büyük oranını %9,79 ile takım elbise, ikinci sırada ise %8,57 oranı ile de lüks otomobil meydana getirmektedir. Diğer lüks harcama kalemleri birbirine yakın oranlarda dağılmıştır. Bu oranlara göre Halit Argun, varyetini giyimi ve kullandığı araç olarak dışarı yansıtmaktadır. Bir başka gösterişçi tüketim harcaması olan frak ise %0,81 olarak dikkat çekmektedir. Frak düşük bir oranda kalsa da Halit'in her yere takım elbiseyle katılmayı tercih etmediği dolayısıyla giyimine ve nasıl görüldüğüne özen gösterdiği anlamına gelir. Giyim, Halit Argun için refah yaşamın dışı yansımasıdır. %1,63 oranındaki Ipad ise, Halit Argun'u sabahları eğlendiren, haberleri ve köşe yazılarını okuduğu aracı olarak dikkat çeker. Ipad'ini sadece bu amaç doğrultusunda kullanan Halit, daha az masraflı ancak zahmetli gazete harcaması dışında daha konforlu olan Ipad'i tercih etmiştir. Ayrıca bunun herhangi bir markaya ait tablet bilgisayar olmayıp Apple gibi pahalı bir marka olması aşırı bir varyetin göstergesi olmasa da Halit'in tercihlerini daima pahalı olandan yana kullanması bakımından önemlidir.

Tüm bu gösterişçi tüketim metalarının yanında %1,22 oranıyla helikopter önemli bir yer tutar. Çünkü helikopter başlı başına varyetin sembolüken, bunun yanı sıra Halit tarafınan gösterişe dönüştürülmüştür. Adapazarı'na fabrikalarını gezmeye giderken helikopter kullanmayı tercih eden Halit, yanında henüz çalışmaya başlamış

Yıldız'ın gözünü boyamak için de konuşma arasında yaptığı vurgularla helikopterin aylak yaşantısının bir parçası olduğunu ifade edencesine gösterişe dökmüştür. Bu helikopter, şüphesiz ki hırslı Yıldız için gelecek vaad eden bir meta halini almıştır. Gözleri parlayan Yıldız, bu ve benzeri bir takım gösterişlerden sonra Halit'i elde edip Ender'i saf dışı bırakmaya karar vermiştir. Gösteriş, emek üzerinde yegane işlevini yerine getirerek, onu, aylağa öykünen bir hale sokmuştur.

Halit'in başlıca gösteriş kalemlerinin ulaşım ve giyim oluşturduğu söylenebilir. Hele ki böylesi kaba ve saygısız bir adam dışarıya kusursuz bir beyefendi gibi görünmek ve öykünülen model olmak için variyetinin arkasına sığınmıştır. Gösterişçi tüketim ise, Ender örneğinde görüldüğü üzere, emeğin gözünü kör eden bir illüzyona dönüşmektedir. Halit tüm yönleriyle bu sahnenin en başarılı illüzyonistlerindedir. Gerek giyimiyle, gerek "beyefendiliğiyle" diğer aylaklar arasında, onlara yukarıdan bakarak, ayrıcalıklı statüsünü belli eder.

Eğer Yasak Elma dizisi dikkatle izlenirse, birkaç yerde "Ender Hanım olmak kolay değil" sözü duyulacaktır. Tabloya bakıldığında da Ender Argun olmanın hiç de kolay olmadığı görülmektedir. Zira, Ender'in, tablodaki gösterişçi tüketim metalarının görüntülediği sahnelerde diğer karakterlere oranı %37,95 gibi oldukça yüksek bir oran olarak dikkat çekmektedir. Ender Argun'un gösterişçi tüketim kalemlerinin hepsini giyim ve aksesuarlar oluşturmaktadır. En çok kullanılan gösterişçi tüketim metası %15,10 ile elbisedir. Elbiseyi %8,16 ile çanta ve %3,67 ile güneş gözlüğü takip etmektedir. %3,26 ile küpe ve %2,85 ile ayakkabı başka bir dikkat çekici gösterişçi tüketim aracıdır. Bunların dışındaki kalemler daha düşük ve birbirine yakın oranlarda dağılmaktadır. Ender bir aylak olarak dış dünya ile kurduğu iletişimi dış görünüşü üzerinden şekillendirmektedir. Refah bir yaşamın göstergesi olarak, o da giyinmeyi tercih etmiş ancak bir kadın olarak giydiği her şeyi takı ve aksesuarlarla zenginleştirmiştir. Fakat bu takıların hepsi Halit'in mülkiyetindedir. Halit takıları kendi kasasında saklar. Ender bu takıları sadece kullanabilen kadındır. Halit'in güvenmediği bir kadına bunları kullanması için izin vermesi ise, kadının, aylak erkeğin mülkiyetinde, variyetin göstergesi bir meta olarak donatılması ile açıklanabilir. Ender tüm alımıyla, iki şeyin göstergesidir. Bunlardan birincisi kendi refahı, ikincisi ise dolaylı olarak, kocasının ona imkanları dahilinde sunduğu hayat tarzı.

Fakat bilindiği üzere Ender için her şey yolunda gitmemiş ve Halit'ten olaylı bir şekilde ayrılmak zorunda kalmıştır. Bu durumda bile Ender, zenginlikten yoksulluğa düşmeyi kaldıramamış ve gizli gizli kovulduğu eski evine geri dönerek eşyalarını alıp götürmüştür. Fakat bu eşyaların tümünün giyim ve aksesuar olması da ilgi çekicidir. Zira Ender'in, bahsettiğimiz üzere dış dünya ile kurduğu iletişimin en önemli parçası olan giyim, Ender'in tekrar gösterişli görünmesi ve cemiyette kabulü için gereklidir. Bu yolla sefaletin üzerini örteceği gibi, sadece giyimi onu, Halit'ten ve Yıldız'dan intikam alacağı kanallara ulaştırabilecektir. Bu sebeple giyim ve aksesuarlar aylak bir kadın için, o hayatta varolma adına tek geçer koddur. Ender artık aylak olmaktan çok uzaktır, fakat aylak gibi davrandığı sürece, gösterişçi tüketim yoluyla kendini kabul ettirmektedir.

Ender her şartta, giyinme vasıtasıyla yolunu bulan bir karakterdir. Hal böyle olunca giyim de aylığın vazgeçilmez harcamalarından biri oluyor. Fakat paranın kaynağına sahip olmayan Ender, yer yer erkeğin elinde gösteriş metası haline dönüşürken, kimi zaman da kıyafetten ileri gidememektedir. Bu sebeple gösterişçi tüketim tablosunda en önemli yüzdeyi alsa bile - ki o yüzdenin bir kısmında da Halit'in payı büyük - özel jet, helikopter gibi kanallarda harcama yapamaz bu da otoriter aile reisinin üretim araçlarına sahip olduğu gibi, mevcut kapitali de yönettiği ve gönlünce pay ettiğinin göstergesidir. Ender'in aylaklığı, bu sebeple, Ender'in doğası ve Halit'in harcamalarının ortak ürünüdür. Zira aylaklık literatürde bahsettiğimiz gibi, toplumun her tabakasınca içselleştirilmiştir. Eğer aylak da bunu içselleştirirse, sadece bir takım harcamalarla diğer aylaklar arasında yerini alabilir. Aylak olmak, gösterişten haz alma ve her fırsatta, her göstergeyle statüsünü belli etme ihtiyacıdır. Bu da sağlam bir ruh ister. Ender her ne kadar Halit için bir araç olsa da ruhuyla aylak sınıflara hakkıyla katılmaktadır.

Alihan Taşdemir'in gösterişçi tüketim alışkanlıklarına bakıldığında, %30,61 ile tablonun ikinci gösterişçi tüketimci aylağı olduğu dikkat çekmektedir. Alihan'ın tabloda, sayılarla nicel çokluk gösteren kullanım alışkanlıklarının yanı sıra, kullanımda görünürlüğü az, ancak dizide, sahipliğiyle varyetinin göstergesi olan metalarla görülmesi onu da diğer karakterlerin yanında özel bir karakter yapmaktadır.

Alihan'ı rakamsal göstergelerin yanında nitel içeriği, yani sahiplikleri ve hikayedeki bağlarıyla ele aldığımızda ilginç alternatif bir tablo ortaya çıkıyor. Zira bu aşık karakter sevgiliye jestin çitasını, variyeti vesilesiyle, oldukça yükseğe çıkartmış durumdadır.

Öncelikle tabloyu okumak gerekirse Alihan da giyim ve aksesuarlarıyla ön plana çıkan bir karakterdir. Takım elbise %6,93 ve saat %8,16 oranlarıyla Alihan'ın en çok görüntülenen gösterişçi tüketim metalarıdır. Ardından spor arabaları %5,30 oranında görüntülenirken, onları da çalışmak için tercih ettiği MacBook Air bilgisayarı %4,89'luk oranla takip etmektedir. Alihan'ın da bir erkek olarak Halit'e benzer tüketim metalarıyla gözlemlenmiştir. Bu tüketim metaları büyük oranda giyim ve aksesuarlar etrafında şekillenmiştir. Öyle ki aksesuarların toplam oranı Alihan için, %10,99 gibi bir orana sahiptir. Bu aksesuarları büyük kravat, eldiven, saat, altın zincir, mendil meydana getirmektedir. Genç bir aylak olan Alihan, yaşını almış Halit'ten farklı olarak, yaşının taşıyabileceği -altın zincir gibi- variyetin göstergesi olan takılarla gösteriş yapmaya daha meraklıdır. Alihan'ın bir diğer gösteriş metası olan spor araba da zaman zaman farklılık gösteren, yani birden fazla olmasıyla -ki bir sahnede saat kutusu gibi bir kutunun içinde birkaç tane araba anahtarı sakladığı görülmüştür- genç bir aylak için önemli bir araçtır. Çalışmak için de pek çok marka dururken Alihan da Apple üretimi bir bilgisayarı seçmiştir. Bu bilgisayarı başlı başına lüks olarak nitelemek mümkün değildir ancak aynı segmentte alınacak en pahalı bilgisayarlardan biridir.

Tüm bu gösteriş metalarının yanında Alihan -her ne kadar Zeynep'in varyete aldırış etmediği söylemi dizide hakim olsa da- aşık olduğu Zeynep'e sürekli parasının imkanlarıyla jestler yapmaktadır ve Zeynep bunlardan etkilenmektedir de. Bu gösteriş öyle bir raddeye ulaşmaktadır ki sanki "parası olmayanlar aşık olamaz" gibi bir izlenim ortaya çıkmaktadır. Örneğin, Zeynep bir oyundaki soru üzerine, Hatay'daki Titus Tüneli'ni görmek istediğini söyleyince, sonraki gün onu sürpriz bir organizasyonla Hatay'a götürmektedir, özel jetiyle. Ya da gece dışarı çıkacakları bir akşam pahalı bir motosikletle Zeynep'in kapısına gelir. Sürekli otomobille gezen Alihan'ın biraz aşırı bir gece geçireceklerinin mesajını veren motosiklete anında ulaşabilmesi yine Alihan'ın varyetiyle ilgilidir. Alihan'ın ailesinden kalan çiftliğe gittilerinde secereli

biniek atını bir şekilde Zeynep ile tanıştırmayı da sahip olduğu başka bir meta ile Zeynep'i etkilemeye çalışmasıyla açıklanabilir. Tüm bu aşk oyunlarına bakıldığında, hepsi “gösterişçi tüketim” ile ilintilidir.

Alihan gösterişçi tüketimi doruklarda yaşayan, aleni gösteriş yapmayı seven bir karakterdir. Karşı cinsi etkilemek için gösteriş yapmak kabul edilebilir bir şeydir. Ancak bu gösterişi varyetle bezeyen ve ulaşılması güç bir dünya kuran Alihan, aynı zamanda Zeynep'in içindeki öykünme güdüsünü harekete geçirmeye çalışmaktadır. Bu haliyle de Alihan da sorunlarını gösterişle çözen genç bir aylak olarak çalışmaya konu olmaktadır.

Zehra Argun da diğer karakterler kadar görünür olmasa da giydikleriyle ve aksesuarlarıyla dikkat çeken karakterlerdendir. %5,71 oranı ile elbise, %1,22 oranıyla bileklik ve kolye, %0,40 oranında da çanta ile görüntülenmiştir. Zehra da çalışmayan tam aylak bir karakter olarak babasının varyetinin bir göstergesi olarak cemiyette yer almaktadır.

Kıt Kaynaklara Erişim:

Karakterlerin kıt kaynaklara erişiminin daha ziyade yeme içme üzerine olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca Eşkîya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisindeki gibi karakterlere yabancı, sadece varyetin tatmini için başvuru tüketim maddeleri değillerdir. Yasak Elma dizisi karakterleri statülerinin daha bilincinde ve geçmişin yükünün tam olarak nereye dayandığı görülmediğinden, dolayısıyla lokal kültürlerinden getirdikleri izler olmadığı için kıt kaynaklara ulaşmaları daha hayatın içinden ve doğaldır.

Kahvaltı kültürü Argun ailesi için çok önemlidir. Çok az insanın ulaşabileceği bir kahvaltı sofraları vardır ve ailenin sosyalleşmesi için de oldukça önemlidir. Çeşit çeşit peynir, tütsülenmiş et ve meyve suyunun var olduğu bu sofralarda Halit, Ender ve Zehra başta olmak üzere, Erim, Lila gibi diğer karakterler de çok kez görüntülenmiştir.

Kıymetli alkoller bir diğerkıt kaynağı meydana getirmektedir. Karakterlerin herhangi bir içkiyi içmeyecekleri tahmin edildiğinden içtiklileri içkiler kıtkaynaklar çerçevesinde değerlendirilmiştir. Karakterlerden Halit Argun şampanya ve şarap içerken görüntülenmiştir. Şampayayı evinde verdiği bir davette tüketirken, şarabı ise Yıldız ile çıktıkları bir yemekte içerken izlenmiştir. Şampanya iyi eğitilmiş bir damak tadının anlayabileceği bir içki olmasının yanında, lüks bir restoranda içtiği şarap da Halit'in kıtkaynaklara erişimi konusunda oldukça seçici olduğunun göstergesidir. Halit bir sosyal içicidir. Ancak Zehra için aynısını söylemek pek mümkün değildir. Zehra da lüks gece kulüpleri ve davetlerde içse de çoğuzaman kendini kaybetmesiyle ünlüdür. Zehra bu bağlamda alkol açısından çok seçici olmasa da ulaşım imkanı bakımından kıymetli alkoller tükettiği tahmin edilmektedir. Pek çok sahnede ve pek çok yerde viski ve şarap içerken görüntülenmiştir. Alihan da viski ve şarabı yalnız kaldığı zamanların yanı sıra Zeynep ile içmeyi de tercih etmektedir. Ender ise zarif bir kadın olarak sadece, sosyalleşmek için şampanya içerken görüntülenmiştir.

Alihan yeme-içmeyi dahi gösteriş haline getirerek bir sahnede, hasta olduğunu söyler ve Zeynep'i evine çağırır, ona çorba yapmasını ister. Zeynep de sebze çorbası yapar ancak onun yaptığı çorbayı beğenmez ve ondan "minestrone" çorbası yapmasını ister. Zeynep böyle bir çorbayı bilmediğini söyler. Bu durum Alihan'ın "Zeynep'in bilmediği şeylere" dahi ulaşımının olduğunun bir göstergesi olarak dikkat çekmektedir. Bunun üzerine de eve minestrone çorbası söyler ve şık bir masa kurulur Zeynep ile karşılıklı içerler. Eğer işe yarayacaksa kıtkaynağı erişim dahi aylak için araç olmaktadır.

Havyar bir diğerkıt kaynak olarak dikkat çekmektedir. Halit ve Ender bir davette misafirlerine havyar ikram etmektedirler. Havyar bu haliyle Argun ailesi için ulaşımının ve paylaşımının kolay olduğu kıtkaynaktır.

Takılar gösterişçi tüketime ait olmakla birlikte aynı zamanda kıtkaynaklara erişimin de önemli bir parçasıdır. Ender ve Zehra bu konuda oldukça şanslılardır. Ender'in yakut yüzüğü -her ne kadar sonrasında Halit'in kasına girse de- bir davette misafirlere oldukça övgü almıştır. Yüzüğün yakut olduğunun ayrıntısı ise onu gösterişçi tüketimin yanı sıra kıtkaynaklara erişimin de bir parçası haline getirmiştir.

Ayrıca pek çok sahnede Ender'in inci takımları göze çarpmıştır. Her ne kadar incinin içinde bir "değişim değeri" olmasa da nadirliği onu kıt kaynaklara erişim bağlamında kıymetli bir yere koymaktadır. Ayrıca Ender fakir kaldıktan sonra bir yüzüğünü bozdurmaya kalkınca bu yüzüğün pırlanta ve dört yüz bin dolar değerinde olduğunu öğrenmekteyiz. Bu durum da zenginliğin, yani tam aylıklık halinde taşınan takıların hammaddeleri, enderliği ve değerleri hakkında bilgi vermektedir.

Onurla İlişkilendirilmiş Emek:

Yasak Elma dizisi karakterleri, onurla ilişkilendirilmiş emek bağlamında Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizi karakterleri kadar aktif değillerdir. Zira Yasak Elma karakterleri fazlasıyla yöneticilik işiyle meşgulken, evdeki işler içinse aylıklık edecek fazlaca imkana sahiptirler. Bu sebeple onurla ilişkilendirilmiş, yani yapması toplumca hoş karşılanan veya boş zaman gerektiren ve her iki haliyle de gösterişçi olan bu emek türü daha ziyade kadınlarca gerçekleştirilmektedir.

Çiçek yetiştiriciliği Ender'in hobisidir. Her iş için ayrı bir hizmetçisi olan Ender çiçeklerini kimseye bırakmaz. Zira onlarla ilgilenmekten keyif alır. Bu hobi, bolca boş zaman ve deneyim, ayrıca deneyim için de yeniden boş zaman gerektirdiğinden onurlu bir uğraştır. Aynı zamanda egzotik bitkilerle ilgilendiği için Ender, bu hobiyi edinmek para isteyen de bir uğraştır. Ayrıca egzotik çiçekler tahmin edileceği üzere bakımı ayrı bir uzmanlık istemektedir. Ender de bu bilgiye sahiptir. Tüm bunlar göz önüne alındığında ender çiçek yetiştiriciliği onurlu bir iş olarak dikkat çeker.

Alihan Taşdemir köpek yetiştiriciliği ile bu kategoride değerlendirilebilir. Bir köpek sahibi olup onu barındırmak başlı başına zor bir işken Alihan ailesine ait bir çiftlikte köpek yetiştirme imkanı bulur. Köpek yetiştirmek de mekan gerekliliği bir yana, bolca boş zaman ve bunların yanı sıra deneyim istediğinde, sıkça tatbik edilmiş bir hobidir. Bu tatbikatı yapmak için boş zaman bulan ve bu konuda uzmanlaşabilen Alihan onurlu bir uğraş olarak kabul edilebilecek -ki geçmişteki aylıklar da at ve köpek yetiştiricilikleriyle ünlülerdir- köpek yetiştiriciliği ile aylıklığın bileşenlerinden birini daha yerine getirmiştir. Ayrıca, Alihan karakteri aynı zamanda çok iyi piyano çalmaktadır. Bir piyanoya sahip olmak bir yana onu çalmayı öğrenmek ve üstelik iyi

çalmak da onurlu bir emektir. Zira piyano da diğer aylak uğraşları gibi boş zaman ve deneyim gerektirir. Ayrıca, spor da sanat kadar, hem ortaçağda, hem de günümüzde aylağın kendini kanıtlama ve onurlu emek sergileme alanlarından biri olarak dikkat çekmektedir. Örneğin; zenginliği ve “çalışkanlığı” ile göz dolduran Alihan, boş zamanlarında tenis dersi almaktadır. Halit Argun’un oğlu Erim ise, iyi bir golf oyuncusu olarak golf turnuvalarına katılmaktadır. Bu sporların hiç biri futbol, basketbol gibi malzemelerine ve sahalarına kolay ulaşılabilen sporlar değildir. Boş zamanın yanı sıra belli bir varyet ister. Bu bedel belli statüdeki aylaklar için çok da yüksek bir meblağ değildir. Fakat toplumun büyük kısmından farklı bir sporla uğraşmaları onları parmakla gösterilir, onurlu edimlerin kahramanları yapar.

Ender mallar üzerinden gösterişi baba-oğul ilişkilerinde de görmekteyiz. Erim’in çok istediği nadir bir gitar babası tarafından bir açık arttırmada yüklü bir fiyata satın alınır. Erim’in, Halit’in Ender ile ayrılığında etkilenmesini istemeyen baba, parasının satın alabileceği ve enderliği üzerinden paha biçilen bir metayı oğluna hediye etmiştir.

Hayır derneklerinde zaman geçirmek aylak kadın için başlı başına bir “iş” ve sosyalleşme aracıdır. Hayır derneklerinde yer almak görünüşte iyi bir uğraş gibi görünmektedir fakat dizide izlendiği üzere bu etkinlik kadınlar için bir güç arenası halini almıştır. Ender’in bir hayır derneğinin başkanlığını yürüttüğü görülmüştür. Kadınlar gündüzleri bu dernekte toplanarak, faaliyet kararları almakta ve arta kalan zamanda ise bol bol vakit öldürmektedirler. Fakat ilginç olan Ender’in bu derneğe başkan olma hikayesinin, kocasının kendi parasıyla derneğe yüklü bir bağış yapmış olmasıyla ilintili olmasıdır. Yani bu başkanlık kazanılmış bir statü değil, eşlerinin parası olan kadınların “iyilikte” yarıştığı bir ortamda çokça parayla elde edilmiş bir makamdır. Keza, Ender fakirliğe geçtikten sonra aynı mekan sırf onla inatlaşmak için Zehra tarafından, yeni bir yüklü bağış neticesinde alınmıştır. Ancak tüm bunlar bir yana hayır derneklerinde çalışmak onurlu bir iştir. Fakat görülmektedir ki bu da boş zaman ve para gerektirmektedir.

3.5.2.4. Aylak Yaşantının Kurgulanması

Aylak karakterleri ve onların yaşantısını incelediğimiz çalışmamızda, aylak yaşantıyı, insan kaynakları (sömürülen insan emeği), lüks tüketim ürünleri (yaşantıya dair gösterişçi tüketim metaları) ve mekanlar (aylak yaşantının sahnelendiği yerler) olarak üç başlık altında ele almış bulunmaktayız. Aylak yaşantıyı, tüm bileşenleriyle ele aldığımızda, aylak karakterin özeli dışında onu çevreleyen yaşantıyı, varyet ve nüfuz ifade eden bu tip göstergelerle ortaya koymaya çalıştık. Tüm bu göstergeler, aylağın aylaklık etmesi için muhtaç olduğu maddi gücü ve aylaklığının kanıtı olan gösterişi içinde barındırmasıyla aylak yaşamın izlerini sürmeye çalıştığımız araştırmamızda bizlere ipucu vermektedir.

İnsan Kaynakları:

Tablo 23: Yasak Elma Dizisi İnsan Kaynakları Tablosu

Kişiler	İnsan Kaynakları							Toplam
	Kahya	Güvenlik Görevlisi	Hizmetçi	İşçi	Ofis Personeli	Şoför	Uşak	
Halit	-	2	26	1	28	27	4	88
Argun	-	% 1,49	% 19,40	% 0,74	% 20,89	% 20,14	% 2,98	% 65,67
Alihan	3	-	6	-	35	2	-	46
Taşdemir	% 2,23	-	% 4,47	-	% 26,11	% 1,49	-	% 34,32
Toplam	3	2	32	1	63	29	4	134
	% 2,23	% 1,49	% 23,88	% 0,74	% 47,01	% 21,64	% 2,98	% 100

Tablo 23'e bakıldığında Yasak Elma dizisindeki, insan kaynaklarının türleri, sayıları, oranları ve sahipliği görülmektedir. Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisinden farklı olarak bu dizide, fedailerin yerini ofis personelleri almıştır. Paranın cebirle değil de kapitalizmin daha ussallaşmış haliyle kazanıldığı bu ortamda ofis personelleri %47,01 ile en çok karşılaşılan insan kaynağı olmuştur. Bu durum da paranın daha legal yollardan kazanıldığı bir sistemin kurulduğuna, para için can alınmayıp, çalışanın emeğinden artan değerle zenginleşen patronların varlığına işaretler. Ofis personelinden sonra ikinci sırada %23,88 ile hizmetçiler yer almaktadır.

Hizmetçiler, hemen hemen her ev işini kendileri yapan kadınların görüldüğü, geleneksel rollerin daha katı olduğu Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisinde ender gördüğümüz bir çalışandır. Fakat Yasak Elma'ya baktığımızda kadınların tam aylak yaşantıya geçtiği görülmektedir. Bu da hizmetçilerle mümkün olmuştur. Ayrıca şoför de araba kullanmaktan dahi imtina eden aylak sınıf tarafından %21,64 oranında tercih edilmiştir. Tüm bu yüksek oranlardaki personelleri de %2,98 ile uşak, %2,23 ile kahya, %1,49 ile güvenlik görevlisi ve %0,74 ile işçi takip etmektedir.

Çalışanların getirdiği refahın patronların hayatına etki ettiğini varsayacak olursak, etrafı çalışanların yoğunluğuyla çevrili Halit, %65,67 ile Alihan'dan daha rahat bir yaşantı sürdürdüğü düşünülebilir. Ayrıca Halit'in daha çok çalışanın dizide gösterilmesi, Halit'in diğer karakterlerden daha üst konumda olmasıyla da ilintilidir. Zira daha önce de bahsedildiği gibi, “ne kadar çok insan beslersen o kadar varlıklıdır” anlamına gelen personel sahipliği, her zaman varlığın başka bir gösterişi olmuştur. Ayrıca “her işini kendin yapmak” kibar bir beyefendiye ve zarif bir hanıma göre değildir. Bu sebeple aylığın gerçekten aylaklık edebilmesi için etrafında çalışanlarının olması gerekmektedir. Alihan bu durumda Halit'in altında kalmış ve %34,32 oranında çalışanı görüntülenmiştir.

Ofis personeli en yüksek orandaki çalışan grubu olarak Halit ve Alihan arasında %20,89 ve %26,11 oranında paylaştırılmıştır. Hemen hemen birbirine denk olan bu oranlar, çalışkan iki genç iş adamının “işlerinin başında dururken” onları çevreleyen personellerinden meydana gelmektedir. Halit'e nazaran, -belki gençliğinden- daha çok çalışırken görüntülenen Alihan'ın görece çok ofis çalışanı olduğu görülmektedir. Bununla birlikte Alihan sürekli çalışanlarıyla iç içeyken Halit'in çalışanlarıyla arasında bariz bir sınır vardır. Bu durum da Halit'in ve Alihan'ın statü olarak birbirinden farklı patronlar olduğunun göstergesidir.

Fakat önemsiz gibi görünse de Halit'in %0,74 oranında işçisi görüntülenirken, Alihan için aynı durum söz konusu değildir. Halit Adapazarı'ndaki fabrikaları kontrol etmeye gittiğinde işçileri görür ve biraz ayak üstü sohbet ederler. Halit'in fabrika sahipliğini gördüğümüz bu sahne oran olarak küçük olabilir ancak büyük anlatılar

barındırmaktadır. Görünürde Halit'in bir fabrikası ve işçileri vardır ancak Alihan'ın yoktur.

Hizmetçi personeller iki karakterde de görünse de yalnız yaşamayı seven Alihan'da pek görüntülenmeyen ve %4,47'de kalan hizmetçi oranı, Halit'te %19,40 oranına ulaşır. Tüm bu veriler, bir de üstüne %20,14 ile şoför olarak çalışan personeller eklendiğinde Halit'in daha aylak bir yaşantı sürdürdüğünün göstergesidir. Ayrıca %2,98 oranındaki uşak da Halit'in hayatında az görüntülenmesine karşın varlığı bilinen bir diğer çalışandır.

Alihan'ın, Halit'ten farklı olarak bir çiftliği vardır. Çiftliğini emanet ettiği bir kahya görülmektedir. %2,23 oranında görülen kahya, sadece birkaç dakika görüntülenen çiftlik için, oldukça sık gösterilmiştir.

İnsan kaynaklarını genel hatları ve ayrıntılarıyla ele aldığımızda, Halit'in ofis işlerine koşacak personeli Alihan kadar görüntülenmese de, Halit'in daha refah bir hayat için ihtiyaç duyduğu personellere sahip olduğu görülmektedir. İki yarı aylak olan, Alihan belki gençliği ve yalnızlığı sebebiyle daha az desteğe ihtiyaç duyarken, diğer taraftan yaşını almış ve ailesi kalabalık olan Halit daha çok yardım almayı uygun görmüştür. Sebebi ne olursa olsun imkanları dahilinde rahat yaşayabilecek iki karakterden Halit'in yaşantısı veriler ve izlemeler doğrultusunda söylenebilir ki Alihan'a göre daha konforludur.

Lüks Tüketim Ürünleri:

Tablo 24: Yasak Elma Dizisinde Görülen Lüks Tüketim Ürünleri Tablosu

Lüks Tüketim Ürünleri				Toplam
Alet/Araç- Gereç	Dekoratif Eşya	Mobilya	Sanat Eseri	
54	312	154	77	597
%9,04	%52,26	%25,79	%12,89	%100

Yasak Elma dizisinin lüks tüketim ürünleri tablosuna baktığımızda, gösterişçi tüketicinin dekoratif eşyalar üzerine yoğunlaştığını görmekteyiz. Esasta pek bir fayda sağlamayan ve mekanları gösterişli kılmak adına kullanılan dekoratif eşyalar %52,26 oranıyla en çok tercih edilen lüks tüketim ürünleri olarak dikkat çekmektedir. Dekoratif eşyaları %25,79 ile lüks mobilyalar izlerken, sanat eserleri %12,89 oranında kalmıştır. Lüks alet ve araç-gereçler ise %9,04 oranında gösterime sahiptir.

Tablodan anlaşılacağı üzere, lüks tüketim ürünlerinde bile gösterişe en müsait kategori olan lüks dekoratif eşyalar, Yasak Elma dizisi karakterleri tarafından tercih edilmiştir. Bu eşyalar aydınlatma araçları gibi çok azının işe yaramasına rağmen, yer aldığı mekanı zenginleştirme ve güzelleştirmeyle, aylağın gösterişçi tüketim ürünü haline almıştır. Lüks dekore edilen mekanlar ayrıca lüks mobilyalarla tamamlanmış, aylağın gündelik yaşamına dair varyetesi, meskenlerin her köşesinde sergilenmiştir.

Sanat eserleri ise, sayısı Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisi ile aynı olsa da diğer lüks tüketim ürünlerine oran olarak daha yüksek bir sayıya ulaşmıştır. Buradan da sosyo-kültürel seviye yükseldikçe sanata olan ilginin arttığı çıkarımına varılabilmektedir.

Tablo 25: Lüks Alet ve Araç-Gereçlerin Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı

Kişiler	Lüks Alet ve Araç-Gereçler								Toplam
	Yemek Takımı	Ankastre	Satranç Takımı	Piyano	Kristal Cam Takımı	Fincan Takımı	Altın Kaplama Çatal-Bıçak Seti	Dev Ekran Televizyon	
Halit	13	7	5	2	7	6	7	-	47
Argun	% 24,07	% 12,96	% 9,25	%3,70	% 12,96	%11,11	% 12,96	-	%87,03
Alihan	-	-	-	-	-	-	-	7	7
Taşdemir	-	-	-	-	-	-	-	% 12,96	% 12,96
Toplam	13	7	5	2	7	6	7	7	54
	% 24,07	% 12,96	% 9,25	%3,70	% 12,96	%11,11	% 12,96	% 12,96	%100

Tablo 25'te Yasak Elma karakterlerinden, mülkiyet sahibi olanların alet ve araç-gereç sahiplik oranlarını görmekteyiz. Görünen alet ve araç-gereçlerin sahipliğinin %87,03'ünü Halit, %12,96'sını ise Alihan paylaşmaktadır. Bu durum her ne kadar Halit'in ev yaşantısının Alihan'dan daha fazla gösterilmesiyle ilintilidir. Ancak, Halit'in evi ve Alihan'ın evleri karşılaştırıldığında, Alihan'ın evinin Halit'in evi karşısında daha mütevazı kaldığı görülmektedir. Bu sebeple de Halit lüks alet ve araç-gereçlerin sahiplik oranlarında oldukça önde görünmektedir.

Lüks aletlerin büyük çoğunluğunun yine yeme-içme üzerine olduğu görülmüştür. Zira çalışmada bahsettiğimiz gibi, sofrada da aylıklığın göstergelerinden biridir ve iyi bir aylak yemeğini -kendi zerafetine yakışır şekilde- lüks araç-gereçlerle yemek isteyecektir. Keza bu varsayım da Tablo 25 ile onaylanmaktadır. Lüks yemek takımı, altın kaplama çatak bıçak takımı, kristal cam takımı ve fincan takımının toplam oranı %61,10'dur. Bu da aylığın kıt kaynaklara erişimde gördüğümüz, iyi yemek kadar, nasıl yediğine de verdiği önemi göstermektedir.

Bunlar dışında piyano ve satranç takımı daha düşük oranlarda karşımıza çıkmaktadır. Piyanoyu diğer Eşkîya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisindeki gibi, kimsenin çalmamasına rağmen evin süsü olarak durması bir yana, satranç takımı da sehpa üzerindeki bir süs olmaktan öteye gidememiştir.

Tablo 26: Dekoratif Eşyaların Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı

Kişiler	Lüks Dekoratif Eşyalar															Toplam	
	Perde	Egzotik Çiçek	Masa Lambası	Halı	Abajur	Şömine	Avize	Cam Süs Eşyası	Ayna	Şamdan	Biblo	Lambader	Vazo	Vitray	Duvar Kabartması		Mum
Halit Argun	40	19	24	13	29	8	34	3	17	20	43	5	7	2	7	1	272
	% 12,82	% 6,08	% 7,69	% 4,16	% 9,29	% 2,56	% 10,89	% 0,96	% 5,44	% 6,41	% 13,78	% 1,60	% 2,24	% 0,64	% 2,24	% 0,32	% 87,17
Alihan Taşdemir	7	5	-	-	7	8	3	-	-	-	1	2	1	-	6	-	40
	% 2,24	% 1,60	-	-	% 2,24	% 2,56	% 0,96	-	-	-	% 0,32	% 0,64	% 0,32	-	% 1,92	-	% 12,82
Toplam	47	24	24	13	36	16	37	3	17	20	44	7	8	2	13	1	312
	% 15,06	% 7,69	% 7,69	% 4,16	% 11,53	% 5,12	% 11,85	% 0,96	% 5,44	% 6,41	% 14,10	% 2,24	% 2,56	% 0,64	% 4,16	% 0,32	% 100

Tablo 26’da Yasak Elma dizisinde görüntülenen dekoratif eşyaların başrollere göre sahiplikleri izlenmektedir. Tabloya baktığımızda Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisindeki benzer bir sonuç görmekteyiz. Her iki dizideki aylak türü de birbirinden sosyo-kültürel olarak ayrılmasına rağmen, gösteriş için kullandıkları dekoratif eşyalar benzerlik göstermektedir. Bunun anlamı ise, sosyo-kültürel konumu ne olursa olsun şatafatın ve gösterişin kodlarının birbirine benzer olduğudur. Farklı türdeki aylakların aynı tip dekoratif eşyaları seçmeleri, bu eşyaların gösteriş unsuru olarak birbirine yakın anlamlar içermeleridir.

Tablo 26’da da en önemli dikkat çekici unsur, aydınlatma araçlarının dekoratif eşya olarak sıkça tercih edilmesidir. Aydınlatma araçları, masa lambası %7,69, abajur %11,53, avize %11,85, şamdan %6,41, lambader %2,24, mum %0,32 olmak üzere toplamda, %40,04 ile en kalabalık grubu oluşturmaktadır. Bunun sebebini daha önce de açıkladığımız üzere, aydınlatmanın zaruri bir ihtiyaç olması ve lüks harcamayı en doğal ihtiyaç olarak göstermesi sebebiyle varyetli aylaklar tarafından tercih edildikleri düşünülmektedir. Bu eşyalara maruz kalan izleyici, aylağın temel ihtiyaçlarını ne gibi yollarla giderdiğini ve aydınlatmanın ne derece lükse dönüşebileceğinin gösterisine şahit olmaktadır.

Tablo 26’da Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisinden farklı olarak, süs eşyalarının daha sık kullanıldığı dikkat çekmektedir. Her fırsatta söylediğimiz üzere, farklı sosyo-kültürel konumdaki bu aylaklardan Yasak Elma dizisine ait olanlar daha zarif ve inceltilmiş zevklere sahip, aylaklığı tam olarak içselleştirmiş, kültürel prangalarından kurtulmuş bir aylaktır. Bu sebeple de ince zevkleri doğrultusunda mekanlarını zarif süs eşyatıyla bezemektedirler. Bu süs eşyaları da cam süs eşyası %0,96, ayna %5,44, biblo %14,10, vazo %2,56, vitray %0,64, duvar kabartması %4,16 olmak üzere diğer eşyaların toplamına oranları %27,86’dır.

Tabloda dikkat çeken halı, perde gibi temel ev eşyalarının şatafatlarıyla gösterişe dönüştürülmesidir. Yine gereksinimlerin doğal bir yolu olan “ihtiyacı giderme” davranışı lüks ve gösterişe dönüşerek, her evde bulunan sıradan eşyaları sıradışı hale getirmiştir. Ayrıca ince zevkler ve zerafetin her yere sirayet ettiği aylağın meskeninde bu tip eşyaların da gösterişli olması aylağın statüsünü ifade eden önemli bir

gösterge dir. Perde %15,06 ve halı %4,16 olmak üzere toplamda %19,22 ile temel ev ihtiyaçları grubunu oluşturmaktadır.

Karakterleri tek tek ele aldığımızda ise, daha önceden de değindiğimiz Alihan'a görece sade bir dekorasyon tercih eden Alihan, bu tabloda %87,17'ye, %12,82 oranla Halit'in gerisinde kalmıştır. Bunda Halit ve Halit'in mekanlarının etrafında şekillenen hikayenin yoğunluğunun da etkisi vardır ancak ekranlarda bariz bir farkla gösterilen Halit'in zenginliğidir. Bunlar dışında karakterler ve aileleri hakkında fikir verici özel bir unsur tabloda yer almamaktadır. Tablo herkesin kullanımına açık genel dekoratif eşyalardan oluşmaktadır.



Tablo 27: Lüks Mobilyaların Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı

Kişiler	Lüks Mobilyalar														Toplam
	Lake Dolap	Koltuk Takımı	Ahşap Oyma Yemek Masası	Ahşap Oyma Çalışma Masası	Ahşap Oyma Aynalı Makyaj Masası	Ahşap Oyma Kütüphane	Ahşap Oyma Dresusar	Ahşap Oyma Orta Sehpa	Cam Kütüphane	Ofis Mobilyaları	Bahçe Oturma Grubu	Deri Sandalye/ Koltuk	Mermer Yemek Masası	Mermer Orta Sehpa	
Halit Argun	4	17	16	8	4	9	35	12	2	20	2	5	1	-	135
	%2,59	%11,03	%10,38	%5,19	%2,59	%5,84	%22,72	%7,79	%1,29	%12,98	%1,29	%3,24	%0,64	-	%87,66
Alihan Taşdemir	-	5	-	-	-	-	5	-	5	-	-	-	-	4	19
	-	%3,24	-	-	-	-	%3,24	-	%3,24	-	-	-	-	%2,59	%12,33
Toplam	4	22	16	8	4	9	40	12	7	20	2	5	1	4	154
	%2,59	%14,28	%10,38	%5,19	%2,59	%5,84	%25,97	%7,79	%4,54	%12,98	%1,29	%3,24	%0,64	%2,59	%100

Tablo 27'ye bakıldığında, diğer tablolar gibi burada da Halit'in, Alihan'a %87,66'ya %12,33 gibi bir üstünlüğü söz konusudur. Daha önce bahsedildiği üzere, bu sonucun çıkmasında Halit'in ve ailesinin yaşadığı mekanların Alihan'dan daha fazla gösterilmesiyle ilintilidir. Ayrıca genç bir karakter olan Alihan'ın ihtişamlı gösterişten yaşı gereği uzak durduğu tahmin edilmektedir. Zira Alihan'ın lüks harcamaları daha ziyade spor araba, giyim etrafında şekillenmektedir. Bununla beraber dikkat edilmesi gereken başka bir husus Halit'in Alihan'dan daha varlıklı bir karakter olmasıdır. Hal böyle olunca varyetle gösterişin doğru orantılı olarak arttığı da izlenebilmektedir.

Mobilyalara bakıldığında Eşkîya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisinden farklı olarak altın varakların yerini başka malzemeler almıştır. Altın varak sosyo-kültürel olarak farklı bir statüde olan Eşkîya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisi karakterlerince tercih edilmiş olabilir ancak daha yüksek bir sosyo-kültürel konumda olan, geçmişlerinin kırsala dayanmaması ve aylaklığı hizmet almak bağlamında hayatının her yerine yaymış olan Halit ve ailesi daha üst bir aylaklık statüsünde kabul edilebilir. Bu sebeple bayağı görülen altın varak Halit tarafından tercih edilmemiştir. Altın varakın yerini, daha zevkli bir tercih olan lake, ahşap, mermer, cam ve deri almıştır. Bu materyallerden de en çok kullanılan ahşap; yemek masası %10,39 , aynalı makyaj masası %2,59, çalışma masası %5,19, orta sehpa %7,79, dresuar %25,97, kütüphane %5,84 olmak üzere toplamda %57,77 oranına ulaşmaktadır. Bu orana göre ahşap oyma mobilyalar diğer tüm materyallerde yapılmış mobilyalardan daha fazla görülmektedir.

Kütüphane, Eşkîya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisinde sadece bir sahnede Hızır'a ait olarak görülmüştür. Ancak Yasak Elma'ya baktığımızda ahşap oyma kütüphane %5,84 ve cam kütüphane %4,54 olarak toplamda %10,38 oranında görülmüştür. Karakterlerin de sık sık kitap okurken görüldüğü dizide, Eşkîya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisinden daha farklı sosyo-kültürel konumda bir aylak türü izlendiğini bir kez daha tespit edilmiştir. Buna göre, günümüzde aylak sınıfın söz konusu olmadığı aylak sınıflardan söz edilebileceği sonucu çıkmaktadır. Fakat bu çalışmanın ileriki kısımlarında ele alınacaktır.

Tablo 28: Sanat Eseleri Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı

Kişiler	Sanat Eseleri		Toplam
	Tablo	Heykel	
Halit Argun	52	17	69
	% 67,53	% 22,07	% 89,61
Alihan Taşdemir	8	-	8
	% 10,38	-	% 10,38
Toplam	60	17	77
	% 77,92	% 22,07	% 100

Tablo 28'e bakıldığında yine Halit'in %89,61'lik bir oranlar, %10,38 oranındaki Alihan'dan daha yukarıda görüntülediği görülmektedir. Halit tablo görünürlüğünde %67,53'e, %10,38 Alihan'ın önündedir. Toplam tablo görünürlüğünün %77,92 olduğu Yasak Elma dizisinde, Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisinde gibi tablolara daha çok yer verilmiştir. Karakterler fazla bir üst okuma gerektirmeyen "göze hoş gelen" ve kolay tüketilebilir türlerden olan tablolardan yana tercihlerini kullanmışlardır.

Fakat heykel görülme oranı Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisinin çok çok üzerindedir. Bunun en büyük sebebi farklı sosyo-kültürel tabanlara ait iki farklı karakter grubundan Yasak Elma'ya ait olanlarının batı kültürüne daha yakın olması ve onu takdir edecek yetkinliğe sahip olmalarıyla açıklanabilir. Heykeller %22,07 oranında Yasak Elma dizisinde sergilenerek neredeyse her dört sanat eserinden birine tekabül edecek kadar sık yer verilmiştir.

Mekanlar:**Tablo 29:** Karakterlere Ait Mekanların Gösterimi

Kişiler	Lüks Dekoratif Eşyalar													Toplam
	Bahçe	Havuz	Veranda	Villa	Salon	Yemek Odası	Mutfak	Çalışma Odası	Giyinme Odası	Yatak Odası	Misafir Odası	Ofis	Çiftlik	
Halit Argun'a Ait Mekanlar	3	14	11	18	17	14	11	6	8	1	3	31	-	137
	%1,72	%8,04	%6,32	%10,34	%9,77	%8,04	%6,32	%3,44	%4,59	%0,57	%1,72	%17,81	-	%78,73
Alihan Taşdemir'e Ait Mekanlar	-	-	-	-	7	-	-	-	-	-	-	29	1	37
	-	-	-	-	%4,02	-	-	-	-	-	-	%16,66	%0,57	%21,26
Toplam	3	14	11	18	24	14	11	6	8	1	3	60	1	174
	%1,72	%8,04	%6,32	%10,34	%13,79	%8,04	%6,32	%3,44	%4,59	%0,57	%1,72	%34,48	%0,57	%100

Tablo 29’da karakterlere ait mekanların ne kadar gösterildiği izlenmektedir. Bu tabloya göre en sık gösterilen yerler %34,48 ile işyerleridir. Bu durum, yukarıda da izah edildiği üzere, yeni çalışma etiği çerçevesinde yarı aylağa dönüşen karakterlerin işlerine verdikleri önemle ilintilidir. Ancak işlerine verdikleri önem bire bir emek sarfetmekten uzak sadece işin verimliliği ve sürekliliğinin kontrolü üzerine yoğunlaşmış bir çalışma alanıdır. Tabloya göre Alihan da Halit de hemen hemen eşit oranlarda ofislerinde görüntülenmişlerdir. Özel alanlarla da kıyaslandığında bu oran oldukça yüksektir. Bu sebeple karakterlerin işlerine fazlasıyla önem verdiği söylenebilir.

Özel alanlara geçildiğinde ise Eşkuya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisinden farklı olarak karakterlerin mutfakta çok da zaman geçirmediği görülmüştür. Zira mutfak hizmetçilere emanettir ve tam aylağa dönüşmüş olan Argun ailesi mutfakla ilgilenmemektedir. Bu sebeple mutfağın görülme oranı %6,32 olarak tespit edilmiştir. Tabloda dikkat çeken başka bir unsur da Eşkuya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisinden farklı olarak mutfağın hem yemek odası, salonun hem misafir odası olması gibi unsurlara burada rastlanmaz. Yasak Elma dizisinde Halit’in evi daha geniş bir alana kuruludur. Ailenin zaman geçirdiği özel alanları, misafir ağırladıkları alanlardan ayırmaları, yine lokal kültürden uzak durmalarıyla ilintilidir. Özel alanlar aileye, yemek odası, misafir odası gibi yerler misafirlere ayrılmıştır. Misafirler sadece salonda karşılanır, oradan diğer kısımlara alınır. Bu sebeple ev içindeki yaşam alanları bölünmüştür. Bu alanlar salon %9,77, yemek odası %8,04, mutfak %6,32, %1,72 olmak üzere, gündelik hayatın devam ettiği iç mekanlar %25,85 oranındadır. Çalışma odası Halit’in kendi özel alanı olduğu için bu orana dahil edilmemiştir. Fakat Halit de Hızır’a göre çalışma odasında daha çok zaman geçirmekte, daha çok kitap okumaktadır. Bu durum da sosyo-kültürel yapılarının birbirlerinden çok farklı olmasıyla ilgilidir ve bu durum her göstergede ortaya çıkmaktadır.

Özel alanlarla, misafir alanlarının ayrılığı sadece özel hayatı korumakla alakalı değildir. Aynı zamanda geniş bir alana kurulu olan villanın, sahibinin variyetini yansıtmasıyla da ilgilidir. Mekan ne kadar genişse variyet o kadar yüksek olmalıdır sonuçta. Bunun başka bir göstergesi de giyinme odası ve yatak odasının ayrı olmasıdır. Her ne kadar giyinme odası %4,59 ve yatak odası %0,57 oranında gösterilmiş olursa

olsun, mekanın genişliği hakkında izleyiciye ipucu vermektedir. Bu durum da aylak yaşantının geniş sınırlara yayıldığı ve bunun variyetin başka bir ölçütü olduğu konusunda bilgi sağlamaktadır.

Dış mekanlar; bahçe %1,72, veranda %6,32, havuz %8,04 olmak üzere toplamda %16,08 oranında gösterilmiştir. Bu oran Eşkîya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisiyle aşağı yukarı aynıdır. İki dizide de ortak görülmesi, aylağın apartman dairelerinden farklı olarak açık alanlara sahip olma gücünün bir göstergesidir. Ayrıca karakterler için de zaman geçirebilecekleri rahat bir yerdir.

Alihan'ın yaşadığı mekanlar, Halit'e oranla epey düşük olsa da Alihan çiftlik sahipliğiyle göze çarpmaktadır. Bir apartman dairesinde yaşasa da Alihan, sahibi olduğu çiftlik, -aynı zamanda birilerinin iş yeri olarak- sahipliği ile ve bu çiftlikteki çalışanların Alihan tarafından idare edilmesi sebebiyle aylaklık ölçütleri çerçevesinde değerlendirilebilir.

3.5.2.5. Hikaye İçerisindeki Ayrıntılar:

Aylağa ait meskenler incelendiğinde, gereksiz bir eşya kalabalığı göze çarpmaktadır. Bu eşyalar çoğu zaman, çalınmayan piyano, kapanmayan perde, açılmayan ışık gibi işlevsiz metalden meydana gelmektedir ayrıca bir sürü süs eşyasından meydana gelmektedir. Tüm bu eşyalarla mesken aylağın müzesi gibidir, onu anlatan ve yücelten. Halit'in salonuna bakıldığında vazolar, biblolar, aydınlatma gereçleri, piyano vs eşyalarla çevrili olduğu görülmektedir. Hepsi de mekanı güzelleştirmesi bir yana -ki bir piyanonun sadece varlığıyla kapladığı yerin estetiğe ne gibi bir katkısı olabilir- pahada yüksek olmalarıyla, mekanı aylaklığın mabedine çevirmekle görevlidirler.

Aylak, bu bu dizide açıkça öykünülen özne olarak konumlandırılmıştır. Yıldız'ın “ne varmış koca parası yemekte; ne güzel giyinip, süslenip davetten davete geziyorlar” yorumu aylak kadınlara açıkça bir öykünme durumunun olduğunun göstergesidir. Ayrıca aylak olmak adına, kendini kocasının servetine teslim edip edilgen bir insana dönüşme gayesi, Yıldız nezdinde insanların aylaklık mertebesine ulaşmak için neler

yapabileceğinin bir göstergesidir. Yıldız hırslı bir karakterdir, Zeynep'ten farklıdır. Fakat bu Yıldız'ın tek hırslı karakter olduğu ya da gerçek yaşamda karşılığı olmadığı anlamına gelmez. Bu sebeple aylak her zaman sempati odağı olmayabilir ama çoğunlukla öykünülesi öznedir.

Argunlar, her ne kadar batı kültürüyle şekillenmiş bir aile gibi görünse de geleneksel rollere bağlılıkları devam etmekte. Ancak, eğer ki bu insanlar lokal kültürden uzaklaşırsa ya aile yapılarının değişmiş olması lazım ya da aile yapıları aynı kaldıysa davetlerde frak giyenler nasıl aynı karakterler olabilir. Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisinde aile reisi, reisliğini cinsiyeti, aile bağları ve cebirden almaktadır. Yasak Elma'da ise aile reisin en büyük dayanağının refah hayatı kuran kimse olduğu düşünülmektedir. Aile refahını üst düzeyde tutan baba da daima el üstünde tutulur. Ancak sebebi ne olursa olsun, yukarıda bahsettiğimiz üzere bir burjuva ailesini ayakta tutan “villanın direği” babadır ve Yasak Elma'da da babaya karşı bir çekinme ve korku duygusu genel anlamda hakimdir. Örneğin, bir sabah kahvaltıda çocuklar fazla makara yapınca baba onları “gazete okuyorum” diye uyarır ve sofradaki ses kesilir.

Baba gücünü gelenekten veya paradan alabilir. Fakat eğer ki baba figürü gücü eline geçirdiyse ilk fırsatta köleleştirdiği anne olacaktır. Dizide de bu tip bir anlatı söz konusudur. Bir sabah çocuklar kahvaltıda atışınca, Halit, Ender'e “Ender Hanım ilgilenenize!” diye sinirli-alaycı bir tavırla hitap eder. Halit ailenin reisi olarak, Ender'i de çocuklarla ilgilenmesi gereken kişi tayin etmiştir. Bu sebeple aylaklar içinde de olsa ailede birinin efendi olarak öne çıktığı her yerde aile içi roller de gelenekselleşmektedir. Halit de reislikten aldığı güçle Erim'i “veliahtı” ilan etmiştir. Bir sahnede Erim'e “ablaların da benim canım ciğerim ama sen benim veliahtımsın, bana bir şey olursa onlara bakacak olan yine sensin” diyerek ortaokul yaşlarındaki çocuğuna sorumluluk yüklemektedir. Parayla kazanılan reisliğin, kan yoluyla devam edeceği bilgisini veren bu açıklama göstermektedir ki, ne kadar batı kültürüyle yoğurulup kokteyl tarzı davetlerde fraklar giyse de baba, geleneksel kültür ve onun getirdiği rollerden uzaklaşmamaktadır.

Dizide çok garip eylemler “iş”, işlemek ise “zulüm” olarak sayılmakta. Örnek vermek gerekirse, Ender günlük planını “cilt bakımına gideceğim, derneğe gideceğim çok işim var” gibi bir söylemle ifade ederken, aslında iş olmayan bütün bu eylemleri iş ve meşguliyet olarak aktarmaktadır. Fakat öte yandan Halit boşanırken Ender’i “kendine bir iş bulsan iyi olur” diye tehdit etmektedir. Yani gerçek anlamda çalışmak bir tür işkence olarak kabul görmekte. İş ve iş dışı zaman çok önemli, zira lütuflar da boş zaman üzerinden yapılıyor. Alihan, Zeynep’e teşekkür etmek için işten izin veriyor. Zaman herkes için çok önemli ancak iş anlayışları birbirinden çok farklı.

Aylak sınıflarda genel bir beceriksizlik hakimdir. Örneğin; Alihan bir sahnede fidanı kendi başına dikemeyip Zeynep’ten yardım ister. Bunun sebebi terbiyeli ve zarif aylakların kaba ve amaçlı emek gerektiren işleri yapabilme yetisine sahip olmaması değil, tercih etmemesidir. Zira bu işleri hep onlar yerine yapan biri olmuştur ya da yemeği elle yemek yerine, çatal-bıçakla yemek gibi kibar yol neyse onunla çözdükleri için kaba eylemlerde bulunmak istemezler. Hatta bu öyle bir raddeye ulaşmıştır ki Ender bir sahnede beş litrelik şişedeki suyu içmeyi başaramamıştır. Başka bir sahnede de Ender, zigon sehpayı çekmeyi beceremez ve zigon sehpa ile kavga eder. Bu bile, aylak sınıfların kendi işlerini görmeye ne derece uzaklaştıkları ve bu yolla çevrelerine yabancılaştıklarının kanıtıdır. Bununla birlikte saçma görgü kuralları hayatlarının ayrılmaz bir parçasıdır. Ender düzenlediği bir davetin hazırlıkları esnasında hizmetçiyi “kaç kere dedim şu çatalları üst üste koymayın diye” diye azarlar. Her eylemin zarif ve kurallara uygun olması aylağın aldığı terbiyenin anlaşılması bakımından çok önemlidir.

Eşkîya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisinden farklı olarak bu dizide karakterler alafranga eğlenceleri tercih etmektedir. Sık sık alafranga davetlere katılım gösteren karakterler, ayrıca bu davetlere uygun giyinmektedirler. Karakterlerin sıklıkla bu yolla sosyalleştiği ve bundan keyif aldığı görülmektedir.

Aylakların yeme-içme alışkanlıkları toplumun genelinden oldukça farklılaşmıştır. Örneğin; sabah kahvaltılarında toplumca yaygın içecek olan çay yerine kahvaltılarda Halit espresso içmektedir. Bunun yanı sıra iyi eğitilmiş bu damaklar gıdalar arasındaki kalite farkını da gayet iyi farkedebilmektedirler. Örneğin; bir kafede

Ender sıkma portakal suyu ister, gelen portakal suyunun konsantre olduğunu iddia eder. Garsonun, portakal suyunun sıkma olduğunda ısrar etmesi sonucu da garsonu azarlar. Garsonun açıklamalarına rağmen, meyve suyunun konsantre olduğunu iddia etmek iyi bir damak tadı gerektirmektedir.

Emekle aynı edimleri gerçekleştirmek ve benzer bir hayat sürmek aylak için kabul edilemez bir şeydir. Aynı kıyafeti, şans eseri, alan ve giyen Zehra ile Ender, bundan rahatsızlık duyarlar. Ardından Zehra ile hiç de arası iyi olmayan Ender kıyafeti çıkarıp hizmetçiye verir ve onun olabileceğini söyler. Bu Zehra'ya yapılan "Hizmetçiyle aynı giyiniyorsun" bağlamında bir hakarettir. Aylak her yanıyla emeğin üstünde yer almak ister ve bu yönde davranır.

Para refah olduğu kadar bir cezalandırma aracıdır aynı zamanda. Halit boşanma evrağının imzalanması esnasında parasının verdiği güçle Ender'e şiddet uygular. Çünkü ortadaki tek tartışma para üzerinedir ve vicdana gelmesi gereken de Halit olduğu için Ender alttan alır ve Halit'ten şiddet görür. Aynı günün akşamında ise, Ender'in tüm kredi kartlarını iptal ettirerek onu para ile cezalandırmayı sürdürür. Para her yönüyle aylağın yaşantısının en önemli ölçütlerindedir.

Para her zaman ceza aracı değildir, aynı zamanda ödüdür, hem de aşırılıklarla dolu bir ödül. Para her türlü aşırılığın kaynağıdır iyi ve kötü. Her aşırılık da gösteriş olarak aylağın hayatının vazgeçilmez parçasıdır. Örneğin; Ender'in zorlamasıyla Yıldız restorandaki işinden kovulunca Halit çok sinirlenir ve restoranı satın alır. Bu Yıldız için küçük bir jesttir sadece. Yıldız'ı tekrar işe aldirmek, yeni bir iş bulmak yerine çalıştığı iş yerini almak aşırı bir davranıştır. Aynı şekilde Halit, Yıldız'ın evini çiçeklerle doldurarak onun gönlünü almaya çalışır. Bir buket veya tek bir gül değil, bütün bir evi çiçekle doldurma aşırılığına gider. Çalışma içerisinde bahsettiğimiz üzere, Alihan'ın Zeynep'i özel jetle günü birliğine Hatay'a götürmesi de aşırılık dolu jestlere örnek olarak gösterilebilir.

Yeni çalışma etiğinde, "çalışmamak" büyük bir ayıptır. Aylak da bu sebeple doğrudan emek sarfetmeyen, ancak boş da gözükmeyen, meşguliyetleri olan kişidir. Alihan yemekte eski bir arkadaşıyla karşılaşır ve onu başkalarının başarısını kıskanan,

çalışmaya bir tembelle olmakla suçlar. Aylaklar, aylaklardan hem aylak bir yaşantı sürmelerini beklerken, öte yandan da çalışmamakla birbirlerini suçlayabilmektedirler. Bu sebeple aylak olmak aslında hiç de kolay değildir!

Yasak Elma dizisini aylaklık bağlamında ele almaya çalıştık. Çalışmamızın bundan sonraki kısmı aylak sınıfların yine sıklıkla görüldüğü başka bir dizi olan “Ufak Tefek Cinayetler” olacak.

3.5.3. Ufak Tefek Cinayetler

“Ufak Tefek Cinayetler” ilk bölümü 24 Ekim 2017 tarihinde Star TV’de yayınlanmış bir televizyon dizisidir. Dizi, 11 Aralık 2018 tarihi itibarıyla final yapmıştır.²⁸ Yönetmenliğini Ali Bilgin ve Deniz Yorulmazer’in yaptığı dizinin senaryosu, Meriç Acemi tarafından yazılmıştır.²⁹

3.5.3.1. Ufak Tefek Cinayetler Dizisinin Konusu

Dizi, kime ait olduğu bilinmeyen bir villanın bahçesinde verilen ve ne için olduğu bilinmeyen bir partide başlar. Parti gösterişli bir bahçede kusursuz bir şekilde devam ederken birden pencereden biri düşer ve hikaye de böyle başlar. Olayın bir cinayet olduğunun anlaşılmasının ardından soruşturma başlar ve izleyici de diziyeye soruşturma sırasında ifade veren tanıkların gözünden tanık olur. Tanıkların ifadelerine göre her şey, Sarmaşık Lisesi’nin eski müdürlerinden birinin cenaze töreninde başlar. Müdürün eski öğrencilerinden olan ve o gün cenazeye katılan, cemiyetin tanınmış isimlerinden olması bir yana baştan sona kötülük dolu Merve (Aslıhan Gürbüz), Merve’nin her fırsatta kazanması ve nüfuzunu kıskanan Pelin (Bade İşçil), diğerlerine göre daha sessiz ve kendi halinde Arzu (Tülin Özer), yıllardır görmedikleri bir diğer lise arkadaşları olan Oya (Gökçe Bahadır) ile cenazede karşılaşılır. Cenazede bir araya gelen bu dört arkadaş, törenin ardından haftasonu buluşmak için sözleşirler. Bu dörtlünün paylaştığı karanlık geçmiş ise bundan sonraki ilişkilerinin belirleyicisi olacaktır.

²⁸ https://tr.wikipedia.org/wiki/Ufak_Tefek_Cinayetler

²⁹ <https://www.startv.com.tr/video/arsiv/dizi/ufak-tefek-cinayetler>

Tanıkların ifadelerine göre, yıllar önce Sarmaşık Lisesi öğretmenleri tarafından düzenlenen bir piknikte, öğrencilerden Merve, Pelin, Arzu ve Oya okul grubundan ayrılarak göle girmeye karar verirler. Kızlar gölde eğlenirken, birden Merve ve Pelin'in aklına Oya'ya şaka yapmak gelir. Merve ve Pelin sudan çıkarken Arzu da onları takip eder. Gölden çıkıp kıyafetlerini giyen kızlar, Oya'nın kıyafetlerini çalarak kaçarlar. Ardından edebiyat öğretmenleri Edip'e (Selim Bayraktar) Oya'nın gölde mahsur kaldığını ve yardım etmesi gerektiğini söylerler. Edip hemen Oya'nın yanına gider gölden çıkmasına yardımcı olur, ceketini verir. Fakat bu sırada Merve ve Pelin diğer öğrencilere Oya ve Edip Hoca arasında bir ilişki olduğunu, inanmayanların göle gidip bakabileceğine dair bir dedikodu yayarlar. Bunun üzerine göle gidip Oya'yı yarı çıplak ve Edip Hoca'nın yanında gören öğrenciler bu yalana inanırlar. Böylece olay disipline taşınır. O sıralar Edip Hoca, okulun sahiplerince, okul müdürlüğü makamı için düşünülmektedir. Böyle bir taciz mevzusu ile disipline çıkınca da okulun mevcut müdürü, kendi koltuğunu korumak adına Edip Hoca'yı "tacizci öğretmen" yaftasıyla suçlu gösterir. Böylece Oya ve Edip okuldan atılırlar.

Bu olay üzerine ailesinden de destek göremeyen Oya intihar etmiş, kurtarılmış ardından da tıp okumaya başlamıştır. Edip ise bir daha öğretmen olarak iş bulamamış, editörlük yaparak hayatını devam ettirmiştir. Fakat iki kader mağdurunun bağı geçen süre zarfında hiç kopmamıştır.

Yıllar geçtikçe artık daha da güçlenen Oya bir tür intikam güdüsüyle bu daveti kabul eder. Merve ise yaşananların artık geçmişte kaldığını iddia ederek fakat aslında Oya'nın dimdik ayakta durmasını kaldıramayarak bu buluşmayı teklif eder. Bu buluşma planından hiç hoşlanmayan Pelin ise, bu olaylara istinaden Oya'yı terk eden, Oya'nın eski sevgilisi Taylan (Ferit Aktuğ) ile evlidir. Bu sebeple Oya'nın tekrardan aralarına katılmasını istemez. Arzu ise sadece mahcupdur. Kimsenin için için istemediği bu buluşma gerçekleşir ve Merve'nin ısrarı ile yeniden Sarmaşık'a yerleşen Oya tekrar savaşa dönmüş olur ve böylece dörtlü arasında bir güç mücadelesi başlar. Bu dört kadının birbirleriyle girdiği mücadelelerin yanı sıra, Oya'nın Merve'nin kocası Serhan (Mert Fırat) ile yakınlaşması olayları daha da karmaşıktır. Ayrıca Eşi Mehmet (Yıldıray Şahinler) tarafından aldatılan Arzu, Mehmet'ten ayrılarak kendi

“ayakta kalma” savaşını vermeye başlar. Dizi genel olarak bu ve benzeri çekişmelerle devam eder.

3.5.3.2. Karakterler ve Aylak Öznenin Temsili

Hikayede pek çok karakter yer almasına rağmen, hikaye içerisinde başrol olarak yer alan karakterler öncelikle ele alınmıştır. Karakterlerin tüketim eğilimleri, boş zaman alışkanlıkları ve aylaklık durumlarını irdeleyebilmek için öncelikle karakterleri tanıtmakta fayda olduğu düşünülmektedir.

Merve Aksak, Sarmaşık kadınlarının lideri, bir diğer tabirle Oya'nın çomak soktuğu kovanın kraliçe arısı gibidir. Zeki bir kadındır. Hırslıdır. Hırslarına ulaşmak adına hiçbir şey ona engel olamaz. Bu uğurda türlü entrikalar çevirmekten ve bunları zekice kontrol etmekten geri durmaz. Rekabetçi biridir. Sarmaşık'taki konumunu koruyabilmek adına gözünü kırpmadan herkesle rekabet içine girebilir. Kontrol manyağı biridir. Kızına ve eşi Serhan'a oldukça düşkündür.

Oyan'ın mahalleye dönmesini, onun üzerinde otorite kurabilmek, bir nevi yıllar önce başlamış bir hesabı tamamlayabilmek adına ister. Ancak Oya da onun kadar gözü kara çıkar ve aralarında bir çekişme başlar. Bir partide Pelin'in, Oya'nın gitmesi için ortaya attığı, Merve'nin kapalı kalmasını istediği havuz kulübünün Oya tarafından açılmak istendiği dedikodusu üzerine -istememesinin sebebi ise tüm havuz partilerinin onun evinde verilmesini istemesi- ve Oya'nın bu dedikoduyu -Merve'nin karşı tavrı üzerine- sırf Merve'yle ters düşmek için reddetmemesi sebebiyle aralarında soğuk savaş başlar. Böylelikle karşılıklı hamleler gelişir ve Merve entrikalarını Oya'nın kliniğini geçici olarak kapattırmaya kadar devam ettirir ve bu adımla beraber çekişme adeta bir sıcak savaşa dönüşür. Öte yandan Merve'nin pilates hocası Burcu ile Mehmet'in beraberliğini Arzu'dan saklaması ve bu durumun Oya tarafından ifşa edilmesi ikili arasındaki gerginliği daha da yukarı taşır. Bunun gibi olaylar sonucu Merve'nin tüm sıkıntısı Oya olmuştur. Pelin ile de zaman zaman sürtüşmeler yaşar ancak Pelin çoğu zaman Merve'ye karşı koyacak gücü kendinde bulamaz ve uzlaşırlar.

Merve herhangi bir ekonomik faaliyette bulunmaz. Hatta batmak üzere olan kocasının işleriyle de ilgilenmez. Sarmaşık Lisesi'ne gitmesi sebebiyle varlıklı bir aileden geldiği anlaşılmaktadır. Bununla birlikte paraya eşi vasıtasıyla ulaşır. Yani aylıklığının kaynağını her iki durumda da aileden alır. Herhangi bir mesleki uzmanlığı ya da mesleği yoktur. Lise sonrası eğitimi hakkında bilgi verilmez.

Merve boş zamanlarını davetlerde, günlerde, partilerde geçirir. Fakat bu davetlere asla eli boş gitmez. Merve'nin en önemli boş zaman uğraşını mutfak işleri oluşturmaktadır. Düşmanlık götüğü kişilere götürdüğü cheesecakeler meşhurdur. Cheesecakelerin yanı sıra gerek ikramlık gerekse öğünlük yemekleriyle ünlüdür. Fakat yine tüm bu uğraşlar hobi olarak geliştirilmiştir. Zira yanında bir yardımcı çalışan Merve istese bunların hiç birini yapmayabilir de. Okul aile birliğinin başkanlığını yürütür ve bu ekipte aktif olarak çalışır. Ayrıca pilates, dekorasyon ve peyzaj gibi şeylerle uğraşarak da boş zamanını doldurur.

Pelin Kaner, Sarmaşık'ın bir diğer karanlık karakteridir. Merve'nin ekürisidir, entrikalarını paylaştığı ve gerçekleştirdiği yegane dostudur. Nasıl ki lisede beraber Oya'ya iftira atmışlarsa o günden beri de tüm art niyetli planlarda beraberdirler. Zaman zaman çıkarları çatışır ancak Merve kadar kıvrak olamayan Pelin, Merve'ya boyun eğmek zorunda kalır. Bir erkek çocuk annesidir. Oya'nın lisedeki sevgilisi Taylan ile evlidir ve ona hastalıklı derecede bağlıdır. Oya'nın mahalleye dönmesine en çok kocası Taylan'ı kaybedeceği endişesiyle karşı çıkar. Fakat Oya ile olan meselesi henüz kapanmayan Merve'ye karşı koyamaz.

Pelin de herhangi bir endüstriyel faaliyette bulunmaz. Eğitimi hakkında okuduğu lise dışında bir bilgi bulunmaya Pelin, tıpkı Merve gibi aileden -aylak- varlıklı olduğu tahmin edilmektedir. Bunun dışında ekonomik olarak kocasına bağlıdır.

Boş zamanlarında genellikle Merve ile beraber parti ve davetlerde görülür. Yine Merve ile beraber özel pilates dersleri alır. İş dışı zamanında bahsetmek pek mümkün değildir zira işlediği bir zaman söz konusu değildir. Entelektüel faaliyetlerde bulunmayan Pelin, mutfakla da Merve kadar ilgili değildir. Okul aile birliğinde aktif

çalışır. Orada olmasının da en büyük sebebi Merve'dir. Kısacası Merve ne yaparsa, Pelin de onu yapar. Ters düştükleri kısa bir süre dışında, ayrı görülmezler.

Arzu Kaymaz da kızlar grubunun bir üyesidir. Pelin veya Merve kadar içinde kötülük barındırmaz. Kendi başına kötülükten uzaktır. Ancak gruba aidiyeti sebebiyle bir takım karanlık çekişmelerin içinde o da yer alır. Merve de Pelin de planlarını Arzu üzerinden yapmazlar ancak Arzu bir şekilde bu planların bir parçası olur. Kendi başına art niyetli hareket etmez. Diğer kızlardan bir farkı da onlara göre daha domestik bir ev hanımı olmasıdır. İki çocuk annesidir. Ailesine ve çocuklarına son derece bağlı ve ilgilidir. Fakat tüm kusursuz aile hayatı kocasının onu aldattığını öğrenmesiyle son bulur. Aldatma sürecini öğrenen Arzu kocası Mehmet'ten ayrılır ve bu onun için yeni bir hayatın başlangıcı olur.

Arzu dizinin başlarında diğer kadınlar gibi emekten muafır. Sadece evi ve ailesiyle ilgilenir ve ev içi emek üretir. Üstelik ev içinde diğerlerinden daha aktiftir. Fakat aldatma olayından sonra yaşanan ayrılıkta Mehmet, Arzu'ya maddi destek vermeyi keser. Böylece o güne kadar kocasının sağladığı imkanlarla aylıklık eden Arzu çalışmak zorunda kalır. İki yıllık muhasebe mezunu olduğu bilgisi paylaşılan Arzu, Serhan'ın şirketinde işe girer. Her ne kadar yüksekokul mezunu olsa da iş deneyimi yoktur. Fakat çalışkanlığıyla kısa zamanda deneyimsizliğinin ve yaşının verdiği farkı kapatarak iyi bir ofis çalışanı olur.

Arzu'nun hayatı çalışmaya başlamadan önce ve sonra olmak üzere ikiye ayrılabilir. Çalışmadan önce Arzu'nun hayatı geniş bir boş zamanken, çalışmaya başladıktan sonra çok ender boş zaman edinme şansına erişir. Boş zamanlarını arkadaşlarıyla beraber cemiyete katılarak ve çocuklarıyla ilgilenererek geçirir. Diğerlerinden farklı olarak mutfak Arzu için bir boş zaman uğraşı değil ev içi emeğin ta kendisidir. Tüm yoğunluğuna rağmen Arzu gerek ev gerek ofis işlerini layıkıyla yerine getirir. Şirkete girdikten sonra entelektüel faaliyetlere katılır. Batmakta olan şirketin durumunu anlayabilmek için iktisat çalışır.

Oya Toksöz, bir iftira mağduru olarak ayrıldığı mahalleye iyi bir doktor ve güçlü bir kadın olarak geri döner, bu da hikayenin başlangıcını meydana getirir. Geçmişte

uğradığı iftira sonucu intihara kalkışmış, şans eseri kurtulmuş ancak doğurganlığını kaybetmiştir. Ailesi tarafından anlayış görmemiş, zor bir hayat geçirmiştir. Mahalleye dönerek de tüm bunların intikamını almaya karar vermiştir. O da kız grubunun bir diğer üyesidir. Soğuk savaşın içinde, düşmanlarıyla beraberdir, hepsiyle arası iyidir ancak bir o kadar da hepsine uzaktır ve çekişme içindedir. Kızlar dışında Edip Hoca ile iyi bir dostluğu vardır. Kendini kötü hissettiği her an Edip'in yanına kaçar. İşi, kız grubu, Edip dışında hayatında bir de Merve'nin kocası Serhan vardır. Serhan ile yavaş yavaş yakınlığa başlayan Oya, bu durumdan rahatsız olsa da kendine engel olamaz. Tüm bu çetrefilli unsurlar tarafından kuşatılmış Oya birkaç farklı cephede savaş vermeye çalışır. Bu cephelerden en büyüğü ise Merve'dir. Oya'yı hükmü altına alamayan Merve sürekli ona diz çöktürmeye çalışır. Fakat Oya da kendini korumaktan öteye giderek Merve'ye saldırır. Karşılıklı restleşmeleri dizinin büyük bir kısmını oluşturmaktadır.

Oya rahat yaşayan ancak kesinlikle aylak olarak nitelendirilemeyecek bir karakterdir. Marx'ın da kategorilendirdiği gibi her avukat, doktor vs. gibi burjuva olarak değerlendirilebilir belki ama kesinlikle aylak değildir. Çok çalışan ve hayatından anlaşıldığı kadarıyla da çok kazanan biridir Oya. Disiplinli bir iş kadınıdır. Kendine ait bir muayenehanesi vardır. İki çalışan istihdam etmiştir. Randevuları sabah-akşam doludur. Bununla birlikte maddi durumu yetersiz hastalara da ücretsiz hizmet vermekte hatta evlerinde tedavi etmektedir.

Oya boş zamanlarında spor yapmayı sever. Evinde zaman geçirmek de bir başka keyif aldığı şeydir. Kızlarla görüşür ancak çalışıyor olmasının verdiği zaman kıtlığı sebebiyle onların cemiyetlerine pek fazla karışmaz. Katıldığı en düzenli etkinlik Salı sabahı kız grubu olarak katıldıkları kahvaltıdır. Bunlar dışında boş zamanlarında sokak hayvanlarını besler. Serhan boş zamanının önemli bir parçasıdır. Onunla sohbet eder ve kuş evi yapmak gibi etkinlikler düzenlerler. Entelektüel etkinliklerde bulunur. Sürekli ders çalışma benzeri bir etkinlik gerçekleştirdiği görülen Oya'nın, mesleki becerilerini geliştirmek için araştırma yaptığı kanısına varılmıştır.

Serhan Aksak, bir çocuk babası, Merve ile evli bir iş adamıdır. Hayatı evi ile işi arasında geçen, monoton yaşayan biridir. Kızına oldukça düşkündür. Karısı ile

arasında pek diyalog yoktur. Dizi boyunca karşılıklı konuştukları bile çok az görülmüştür. Hatta bu iletişimsizlik öyle boyutlara varmıştır ki sahibi olduğu portföy şirketinin batmakta olduğunu bile eşiyle paylaşmaz. Serhan neredeyse cemiyetin tamamının parasını yöneten bir portföy şirketinin sahibidir. Fakat son zamanlarda kimliğini belirleyemedikleri birileri -ki bunu yapan da Merve'nin abisi ve Serhan'ın ortağı Rıza'dır- hesaplardan para çekmektedir. Bu sebeple hızla düşmekte olan Serhan panik atak krizleri geçirir. Böyle bir anda Oya ile tanışır, Oya ona yardım eder ve dost olurlar. Bu dostluk zamanla ikisinin de kaçtığı bir aşka dönüşür ancak yine de Oya ile olan muhabbetinden keyif almaktadır. Serhan soğuk biridir. Yıllarca yatılı okulda okumuş, kimseye içini açamamış tüm sorunlarını tek başına çözmüştür. Oya'nın ona gösterdiği alaka ise kendisini bu sebeple özel hissettirmiştir.

Serhan'ın aylaklığı yeni çalışma etiği bağlamında değerlendirilebilir. Çok çalışan ancak emek üretmeyen Serhan bir yarı aylaktır. İşin verimliliği ve devamlılığını kontrol eder. Raporlara bakmak, çalışanlarını koordine etmek kısaca patron olmak onun işidir. Çalışarak aylaklık eder. Varlıklı bir aileden geliyor olması da aylaklık statüsünü hem aile hem de üretim araçlarına sahipliği yoluyla elde ettiğinin göstergesidir. Kısacası bu durum onun kaderidir.

Serhan boş zamanlarında entelektüel faaliyetlerle geçirmez. Boş zamanlarında sokak hayvanlarını besler, spor yapar ve Oya ile zaman geçirir. Bazen akşamları bir davet olursa Merve ile katılırlar. Onun dışında evde kalmayı tercih eder.

Taylan Kaner, Pelin ile evli ve bir çocuk babasıdır. Çocuksu bir ruhu vardır. Asla ciddi davranamaz, alaycı biridir. Pelin'in babasının şirketinde çalıştığı bilgisi verilir ancak iş yerinde hiç görünmez. Daha ziyade oğlu ile evde oynarken görüntülenir. Mehmet ile samimidir, gündüzleri sık sık onun işyerine gider. Oya'nın da liseden eski sevgilisidir. Oya, Sarmaşık'a döndükten sonra bir süre Oya'ya kafayı takmış, tekrar onla beraber olmaya çalışmıştır ancak sahip olduğu her şeyi borçlu olduğu Pelin'den korktuğu için geri adım atmıştır. Kaldı ki Oya'ya iftira atıldığında o da Oya'ya inanmamış ve kızı en zor anında terk etmiştir. Haliyle Oya da bu anıyı unutmamıştır.

Taylan'ın bir işi vardır ancak iş yerinde hiç görülmez. Bu sebeple doğrudan aylak olarak değerlendirilebilir. Aynı şekilde tahsili ve uzmanlığı hakkında da herhangi bir bilgi verilmemektedir.

Taylan neredeyse tüm boş zamanını kulüpte, havuzda ve Mehmet'in yanında geçirir. Bazen, eşli davetlere Pelin ile beraber katılır. Entelektüel hiçbir faaliyette bulunmaz. Bunlar dışında evde olmayı ve televizyon izlemeyi sever.

Mehmet Kaymaz, Kapalıçarşı'nın önde gelen sarraflarından biridir. İşlerinde başarılı, çocuklarıyla ilgili ancak sadakatsiz bir eştir. Çok kolay yalan söyleyebilen Mehmet, kızların pilates hocası Burcu ile olan ilişkisini iki yıldır Arzu'dan saklamıştır. Bu sırrın Arzu tarafından açığa çıkarılmasının ardından Arzu ile ayrılırlar. Uzun süren bir münakaşanın sonucunda evi Arzu'ya bırakan Mehmet, bunun karşılığında Arzu'ya maddi yardımda bulunmayı da kesmiştir. Fakat gel gelelim sevgilisiyle de mutlu değildir. İş yaşamındaki başarısını özel hayatında tutturamayan Mehmet sahip olduğu tüm manevi birikimi yerle bir etmiştir.

Mehmet, Kapalıçarşı'daki kuyumcu dükkanında sıkça görüntülenir. Ancak dükkanın arkasındaki odasında daha ziyade görülür. Doğrudan çalıştığı izlenmemiştir. Ancak kontrolünü sağladığı bir işi olduğu için yarı aylak olarak değerlendirilebilir.

Mehmet boş zamanlarında Sarmaşık'taki kulübe gider, Taylan ile buluşur. Futboldan hoşlanan ve sürekli maçlara giden Mehmet oğlunu da beraberinde götürerek onunla zaman geçirir. Herhangi bir entelektüel faaliyette bulunmaz.

3.5.3.3. Karakterlerin Aylaklık ve Statü Simgeleri

Çalışmanın bu kısmında, Ufak Tefek Cinayetler dizisi karakterlerinin aylaklık statü simgeleri; gösterişçi tüketim, kıt kaynaklara erişim ve onurla ilişkilendirilmiş emek olmak üzere üç maddede incelenecektir.

Gösterişçi Tüketim

Gösterişçi tüketim aylaklığın en önemli bileşenlerinden biri olmakla birlikte, aylığın dış dünyayla kurduğu iletişimin de önemli bir parçasıdır. Bu sebeple aşağıdaki tabloda da görüleceği üzere takım elbise, kolye, parfüm gibi herkesçe ulaşılabilir olan metaları dahi lüks segmentlerden tercih etmektedir. Tablo 30'da, Ufak Tefek Cinayetler dizisinin başrol oyuncularından gösterişçi tüketim imkanı olanların kullandığı gösterişçi tüketim araçları görülmektedir.



Tablo 30: Ufak Tefek Cinayetler Dizisi Başrol Karakterlerinin Gösterişçi Tüketim Tablosu

Kişiler	Gösterişçi Tüketim Ürünleri																							Toplam						
	Elbise	Kolye	Kiçpe	Tulum	Şal	Saat	Bileklik	Bluz	Etek	Ayakkabı/Çizme	Manto/Palto	Çanta	Lüks Araba	Güneş Gözlüğü	Parfüm	Yüzük	Takım Elbise	Ceket	Saten Gecelik	Payet	Kazak	Tişört	Kol Diğmesi		Gömlek	Mendil	Altın Zincir	Kemer		
Merve Aksak	21	17	29	2	3	7	5	7	3	7	4	11	10	10	1	5	4	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	151
	%3,53	%2,86	%4,88	%0,33	%0,50	%1,17	%0,84	%1,17	%0,50	%1,17	%0,67	%1,85	%1,68	%1,68	%0,16	%0,84	%0,67	%0,84	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	%25,42	
Pelin Kaner	10	3	12	1	1	6	-	10	4	5	5	7	6	4	1	-	-	4	6	3	3	-	-	-	-	-	-	-	91	
	%1,68	%0,50	%2,02	%0,16	%0,16	%1,01	-	%1,68	%0,67	%0,84	%0,84	%1,17	%1,01	%0,67	%0,16	-	-	%0,67	%1,01	%0,50	%0,50	-	-	-	-	-	-	-	%15,31	
Arzu Kaymaz	7	6	3	-	-	4	5	9	-	3	4	7	4	4	-	3	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	62	
	%1,17	%1,01	%0,50	-	-	%0,67	%0,84	%1,51	-	%0,50	%0,67	%1,17	%0,67	%0,67	-	%0,50	%0,16	%0,33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	%10,43	
Oya Toksöz	12	9	8	-	-	7	4	6	-	5	3	8	19	5	-	-	5	-	-	-	4	-	-	-	-	-	-	-	95	
	%2,02	%1,51	%1,34	-	-	%1,17	%0,67	%1,01	-	%0,84	%0,50	%1,34	%3,19	%0,84	-	-	%0,84	-	-	-	%0,67	-	-	-	-	-	-	-	%15,99	

Serhan Aksak	-	-	-	-	-	13	4	-	-	3	7	-	18	8	-	-	15	3	-	-	2	-	2	-	8	-	2	85
	-	-	-	-	-	%2,18	%0,67	-	-	%0,50	%1,17	-	%3,03	%1,34	-	-	%2,52	%0,50	-	-	%0,33	-	%0,33	-	%1,34	-	%0,33	%14,30
Taylan Kaner	-	-	-	-	-	5	-	-	-	-	1	-	2	2	-	-	1	4	-	-	-	5	1	1	-	-	-	22
	-	-	-	-	-	%0,84	-	-	-	-	%0,16	-	%0,33	%0,33	-	-	%0,16	%0,67	-	-	-	%0,84	%0,16	%0,16	-	-	-	%3,70
Mehmet Kaymaz	-	-	-	-	-	8	3	-	-	-	-	2	7	7	-	5	17	1	-	-	1	-	-	-	15	19	3	88
	-	-	-	-	-	%1,34	%0,50	-	-	-	-	%0,33	%1,17	%1,17	-	%0,84	%2,86	%0,16	-	-	%0,16	-	-	-	%2,52	%3,19	%0,50	%14,81
Toplam	50	35	52	3	4	50	21	32	7	23	24	35	66	40	2	13	43	19	6	3	10	5	3	1	23	19	5	594
	%8,41	%5,89	%8,75	%0,50	%0,67	%8,41	%3,53	%5,38	%1,17	%3,87	%4,04	%5,89	%11,11	%6,73	%0,33	%2,18	%7,23	%3,19	%1,01	%0,50	%1,68	%0,84	%0,50	%0,16	%3,87	%3,19	%0,84	%100

Tabloya bakıldığında kadınların, gösterişçi tüketime, erkeklerden daha fazla başvurduğu görölmektedir. Dizide, başroller arasında görölen gösterişçi tüketime %67,15'i kadınlara aitken, erkeklere ait gösterişçi tüketim araçlarının toplam oranı, %32,85'te kalmaktadır. Ayrıca gösterişçi tüketim araçlarının kullanımına dair rakamlar üzerinden bir sıralamaya gidildiğinde ilk üç sırasıyla, Merve, Oya ve Pelin'den meydana gelmektedir. Bu veri de gösterişçi tüketime daha ziyade kadınlar tarafından gerçekleştirildiğinin göstergesi olma özelliğİ taşımaktadır.

Kadınların gösterişçi tüketimde üst sıralarda olmaları, daha önce çok kez bahsedildiğİ üzere, kadının ekonomik özgürlüğünün olmadığı ortamlarda, erkeğın varietini sergileyen bir gösteriş aracı olarak sunulmasıyla ilintilidir. Fakat erkek neden kendi varietini gösteremez? Yasak Elma dizisinde de nasıl ki paranın kaynağı Halit, gösteriŐçisi Ender ise, Ufak Tefek Cinayetler dizisinde de durum aynıdır. Lüks kadın tarafından taşınan ve kadına yakışan bir olgu olarak görülür.

Gösterişçi tüketim ürünlerinin aksesuar kategorisinde çoğunluğu oluşturduğu izlenmektedir. Bu ürünler, kolye, küpe, saat, bileklik, çanta, güneş gözlüğü, parfüm, yüzük, kol düğmesi, mendil, altın zincir, kemer olmak üzere %50,11 oranına ulaşmaktadır. İkinci sırada olan giysi kategorisi de, elbise, tulum, Şal, bluz, etek, ayakkabı/çizme, manto/palto, takım elbise, ceket, saten gecelik, payet, kazak, tişört, gömlek olmak üzere %38,65 oranında tabloya gitmiştir. Lüks araba bu dizide, %11,11'de kalarak, kaleminin en çok kullanılan ancak kategorilere ayrıldığında ise en az başvuru gösterişçi tüketim metası olmuştur. Çalışmanın daha önceki kısımlarında arabanın eril bir gösterişçi tüketim metası olarak kullanıldığını tablolarda izlenmiş ve arabanın erkeklerle ilişkilendirildiğinden bahsedilmiştir. Fakat kadınların ön planda olduğu Ufak Tefek Cinayetler dizisinde variyet, daha çok aksesuarlar ve giyim üzerinden sergilenmiştir. Bununla birlikte kadınlar araba kullanmaktan geri durmamışlardır ancak kendilerini diğeri metaller üzerinden ifade etmeye çalışmışlardır.

Tablo genelinde, diğeri dizilerde görölen helikopter, özel jet gibi gösterişçi tüketim ürünlerinin görülmediğİ dikkat çekmektedir. Bunun en büyük sebebi, bu dizideki karakterlerin hiç birisinin, Ünal Kaplan gibi derin devletin karanlık adamları veya Halit Ergun gibi aşırı zengin bir holding sahibi olmamalarıyla ilintilidir. Ancak

aylaklığın da statüleri vardır ve iş yeri sahibi, refah ve lüks içinde yaşayan bu insanlar yine aylak olarak değerlendirilebilmektedir. Zira helikopter görülme bile, giysiler, kullanılan aksesuarlar ve araçlar lüks kategorisinde değerlendirilebilecek ürünlerdir. Bu sebeple tabloda aşırı zenginlik belirtisi içeren bir kalem olmamakla birlikte, mevcut kalemlerin daha çok karakter tarafından kullanılmasını da bu aylakların birbirleriyle statü paydaşı olduğunun göstergesidir. Bu durum da diğer dizilerden farklı olarak karakterler arasında uçurumun söz konusu olmadığı hepsinin benzer statüleri paylaştığının bir göstergesidir. Tüm karakterlerin aynı sitede yaşamaları bile bunun başlı başına bir göstergesidir, tablo da bunu kanıtlar niteliktedir.

Tabloda, nitel veriler bağlamında birbirinin üzerine üstünlük kuracak kalemler olmadığından, karakterler arasında gelir ve statü bakımından bariz bir fark olmadığı izlenmiştir. Mevcut kalemler hemen hemen dengeli olarak karakterler arasında paylaştırılmıştır. Bu durum da karakterler arasında uçurum yaratmadığından, birkaç öge dışında, nitel bağlamda özellikle değinilmesi gereken önemli bir unsur olmadığına göstergesidir. Sadece saten gecelik, payet ve altın zincir öğelerinin özel, tekil karakterler tarafından kullanıldığı görülmektedir. Bunlardan Mehmet, altın sarrafı olduğu için, mesleğini belli eden bir unsur olarak altın zinciri tercih ettiği, mesleğinin bu yolla görselleştirildiği tahmin edilmektedir. Payet ve saten gecelik ise gösterişli giysiler olarak dikkat çekmekte ve Pelin tarafından kullanılmaktadır. Pelin, yukarıda paylaşılan dizi tanıtım linklerinde yapımcılar tarafından paylaşıldığı üzere, gösterişle dikkat çeken bir kadındır. Güzelliğiyle ön plana çıkan bu karakterin bahsi geçen kıyafetleri taşıması, bu niteliğinin altını çizmek ve metalarla destekleyerek görselleştirilmek amacıyla kullanılmıştır. Zira “kusursuz anne” olan Arzu ve “hafif kilolu” Merve’den farklı olarak Pelin ayrı bir cazibe unsuru olarak kullanılmıştır ve bu durum kıyafetlerle desteklenmiştir.

Pelin güzelliğiyle ön plana çıkarılmıştır. Ancak tabloda gösterişçi tüketimin zirvesinde olan Merve tercih ettiği aksesuarlarla kendini ayrı bir cazibe unsuru olarak konumlandırmıştır. Çünkü güzellik bir gösteriş unsurudur ve güzel olanın çok fazla şey yapmasına gerek yoktur ancak güzel olarak konumlandırılmamış karakter kendini gösterişçi tüketimle varetmek zorundadır. Bu sebeple Merve de belki giysi yoluyla bariz bir fark yaratmasa da kullandığı aksesuarlarla güzelliğini dikkat çekici hale

getirmiştir. O zaman, yapımcı notlarına göre, iki ayrı güzel kadın Pelin ve Merve söz konusuken ve Pelin, Merve'den daha güzelken neden gösterişçi tüketimde Merve'nin arkasında kalmıştır? Kalmıştır çünkü, tablodan anlaşılacağı üzere güzellik lütfuyla doğanlar gösterişçi tüketimlerini üzerlerinde taşıyabildikleri elbiseler üzerinde şekillendirirken, görece şanssız olanlar ön plana çıkmak için daha fazla lüks göstergelere ihtiyaç duymaktadır.

Arzu dizinin yarısında iş yerinde olduğu için daha az izlenmiştir ve bu yüzden diğer kadınların gerisinde kalmıştır. Ancak dizinin içeriğine bakıldığında bunun tek sebebinin daha az görüntülenmesi olmadığı düşünülmektedir. Dizideki, Oya hariç, tüm kadınlar evli ve çocuk sahibidir. Ancak Merve ve Pelin çocuklarıyla ilgili ebeveynler değildir. Pelin bir sahnede oğluya el işi yaparken görüntülenmişken, Merve sadece çocuğuna direktifler verirken izlenmiştir. Bununla beraber Arzu çocuklarıyla her anlamda ilgili bir annedir. Anne kimliklerinin yanında çekici yanlarıyla sergilenmeye çalışılan bu kadınların, annelik ölçütüne göre çekici kılındığı dikkat çekmiştir. Annenin kutsiyetinin en çok atfedildiği karakter olan Arzu, gösterişçi tüketim bağlamında diğerlerinin gerisinde kalmıştır. Zira Arzu, kadından ziyade anne olarak gösterilmeye çalışılmış ve kadınsı cazibesinden soyutlandırılmıştır. Bu sebeple de Arzu kendisini çekici kılacak gösterişçi tüketim ürünleriyle daha az görüntülenmiştir.

Oya, zamanının çoğunu dışarıda geçirdiği için, lüks araba metasıyla daha çok görüntülenmektedir. Diğer kadınların da arabaları vardır ancak çalışmanın genelinde görüldüğü üzere erkeklikle eşleştirilen lüks tüketim metası olan araba, kadınlarda çok sık tercih edilmemektedir. Aylak olan tüm kadınlar, Meryem Çakırbeyli gibi, araba kullanırlar ancak dışarıda işleri çok az olduğu için araba ile pek görünmemektedirler. Ufak Tefek Cinayetler'de Oya, aylak bir karakter olmaktan uzaktır. Belli konularda diğer aylaklarla statü paydaşdır ancak emek sarfı konusunda onlardan ayrılmaktadır. Aylak kadının doğası olan, arabaya sahip olup araba kullanmamak Oya için söz konusu değildir. Aylaklığın getirdiği zerafet ve iyi terbiyenin gereği olarak araba kullanmaya zorunlu olmadıkça yanaşmayan aylak kadının aksine, Oya sürekli direksiyon başındadır. Onu diğer kadınlardan bu yönde ayıran özelliği ise emek üretiyor olmasıdır. Oya aylak olmadığı için Meryem, Merve, Ender gibi karakterlerden

sık kullanılan lüks tüketim metası bağlamında ayrılarak, %3,19 oranında lüks arabayla görüntülenmiştir.

Tablodaki tüm karakterler kendi cinsiyetleri içerisinde kullandıkları ortak ürünlerle dikkat çekmektedir. Erkekler kendi içinde ortak öğeleri ve kadınlar da kendilerininkini kullanmaktadır. Aradaki ufak farklar -tıpkı Pelin ile Merve'nin durumunda olduğu gibi- erkekler için de söz konusudur. Erkekler genelde takım elbise giymeyi tercih ederlerken, Taylan sadece bir kez takım elbise ile görüntülenmiştir. O da bir davette. Taylan çalışırken de hiç görüntülenmemiştir. Yani takım elbise giymesini gerektirecek bir durum yoktur. Mehmet ve Serhan, patronlar ancak yarı aylaklar ve işlerinin başında takım elbise giyerek durmaktadırlar. Fakat takım elbise tercih etmeyen Taylan tam aylak olarak, gerek hikayedeki rolüne göre gerekse de tabloya göre, değerlendirilebilir. Taylan tişört, gömlek gibi daha gündelik kıyafetleri tercih etmiştir.

Söz konusu erkekler olduğunda aksesuar konusunda kadınlarla yarışacak bir karakter de vardır; Mehmet. Altın sarrafı Mehmet belki mesleki deformasyon belki de karakteri gereği gösterişe diğer erkeklerden daha düşkündür. Onun kullandığı aksesuarların oranı, mendil, altın zincir, kemer, güneş gözlüğü, yüzük, çanta, saat, bileklik olarak %10,39'dur. Mehmet sadece aksesuarlarıyla, Arzu'nun tüm gösterişi tüketim ürünlerinin oranına oldukça yaklaşmıştır. Mehmet gösterişi tüketim eğilimini aksesuarları, daha doğrusu mendil ve altın zinciri üzerinden kurgulamıştır. Bu durum da onu diğer erkeklerden fazlasıyla ayırmaktadır.

Tabloya bakıldığında Halit Argun'a oldukça benzer bir karakter de dikkat çekmektedir. Serhan, takım elbise giyen, araba kullanan ve tüm bu ihtiyaçlarını lüks kanallarla gideren bir adamdır. Çalışmanın genelinde bakıldığında düz bir erkek profilini ifade eden veriler birbirine yakın değerler ve kalemlerle izlenebilmektedir. Serhan'ın gerek hikayeye gerekse de tabloya bakılarak söylenebilecek öyküsü, işinde gücünde, göz alıcı olmayan ancak gösterişli, ağır, zengin bir yarı aylak olduğudur. Serhan tüm verilerle yarı aylak statüsündeki bir erkeğe uymaktadır.

Merve sitenin kraliçesidir. Her zaman göz önünde ve hırslarıyla varolan bir kadın olarak da bir numara olmak zorundadır. Bu sebeple sürekli, her gittiği yerde onun orada olduğunu belli edecek bir şeye ihtiyaç duymuştur, gösterişçi tüketime. Merve büyük iddiaları olduğu için büyük oynamak zorundadır bu yüzden de gösterişçi tüketime en çok başvuran karakter olmuştur. Bu sonuca göre gösterişçi tüketimi, insanları etkileyen ve kullanıcıyı toplum nezdinde bir adım ileriye taşıyan bir unsur olarak değerlendirmemiz yanlış olmaz. Zira Merve'nin gücün, variyetin, asaletin göstergesi olarak başvurduğu lüks ürünler, ona davasında yardımcı olmayacaksa kullanışsızdırlar. Çünkü o da Arzu veya Pelin kadar lüks tüketime başvurabilir. Fakat tabloda görülen ve hikayede anlatılanlar birleştirildiğinde, Merve variyetinin gücünü göstererek nüfuzunu artırma peşinde olduğu anlaşılmaktadır. Merve hiçbir şeyi nedensiz yapmaz, gösterişçi tüketim de bunlardan biridir, hatta, adı bu yüzden gösterişçi tüketimdir.

Kıt Kaynaklara Erişim:

Ufak Tefek Cinayetler dizisinde de kıt kaynaklara erişim, daha ziyade yeme içme etrafında şekillenmiştir. Yeme içme, sadece yaşamsal faaliyetleri devam ettirme amacıyla değil, sosyalleşme, kutlama gibi amaçlarla da bahsi geçen dizide sıkça kullanılmaktadır. Yeme içme bu kadar hayatın içine girince, haliyle gündelik hayatın lüksünden etkilenmektedir. Her sofraya etkinliği bir ziyafete dönüşmektedir. İşin ilginç yanıysa bunu belli zamanlarda değil, her zaman gerçekleştiriyor olmalarıdır.

Öncelikle kahvaltılardan bahsetmek gerekirse, kahvaltı tüm karakterlerin hayatında özel bir yer kaplar. Özellikle kızlar grubunun Salı günleri rutin olarak gerçekleştirdiği kahvaltı etkinliği tam bir ziyafettir. Bununla birlikte evlerinde de özellikle çocuklarına kahvaltı konusunda özenli davranan kadınlar türlü kurutulmuş et ve sıkma meyve sularını masadan eksik etmezler. Çocuklar kahvaltılarını iyi bir şekilde evde yaparlarken kadınlar da genellikle site civarındaki lüks bir mekanda kahvaltılarını etmektedirler. Çocuklarını okula gönderdikten sonra bolca boş zamanı olan aylak niteliğindeki kadınlar güne bu mekanda iyi bir kahvaltı yaparak başlamaktadırlar.

Kaliteli alkoller de daha çok erkekler tarafından kullanılan bir kıt kaynaktır. Erkek karakterlerden Serhan sıklıkla viski içerken görüntüleniyor. Serhan viskiyi genellikle yalnız ve ofiste içmektedir. Mehmet ise bir otel restoranında beyaz şarap içerken görüntülenmiştir. Ayrıca Taylan ile beraber bir mekanda rakı içtikleri de görülmüştür. Taylan ise rakı, viski ve şarap içerken görüntülenmiş, bu alanda en fazla ürün çeşitliliği gösteren karakter olmuştur.

Karakterin kaliteli alkole erişebildiklerini iş seyahatinden gelen Mehmet'e -ki aslında sevgilisiyle zaman geçirmek için evden ayrılmıştır- Arzu'nun, Muğla'da ev şarapları yapan birisine şarap siparişi verip vermediğini sormasından anlamaktayız. Bu karakterler herhangi bir mağazadan alınan şaraplar yerine İstanbul'a oldukça uzak bir şehir olan Muğla'dan şaraplarını getirttirmektedirler. Bu özel üretim şaraplar da kıt kaynaklar bağlamında değerlendirilebilir. Bunun yanı sıra Pelin ile Merve bir atıştırmalık sırasında beyaz şarap içerken ve makaron yerken görüntülenmişlerdir. Bu iki kıymetli ürünü bir araya getirerek kurdukları sofraya aylak karakterlerin kıt kaynaklara erişimlerinin bir göstergesidir.

Karakterlerin iyi beslenmeleri sadece kahvaltıda ve alkol üzerinden değil market alışverişlerinden de anlaşılmaktadır. Merve verdiği bir market siparişini kontrol ederken yaban mersini, siyah kinoa gibi besinlerin gelip gelmediğine bakar. Tüm bunlar pahalı besinler olmasının yanı sıra aylığın erişiminde olması bakımından önemlidir. Bununla birlikte Merve sık sık ekinezya tüketmektedir.

Kıymetli taşlar, gösterişçi tüketimin yanı sıra kıt kaynaklara erişimin de bir göstergesidir. Sevgili Burcu, Mehmet'ten ona bir nişan yüzüğü almasını ister. Yüzük almaya gittiklerindeyse Burcu normal pırlantalar dışında kalp kesimi pırlantalardan yana tercihi kullanır. Kuyumcu arkadaşının Mehmet'i "yalnız bunlar biraz pahalıdır" diye uyarmasına karşılık Mehmet kalp kesim pırlanta yüzüğü Burcu'ya satın alır. Mehmet'in bu alışverişte "üç beşe bakmaması" Mehmet'in değerli taşlara erişiminin ne derece kolay olduğunun göstergesidir. Benzer sosyo-ekonomik sınıftan olan diğer karakterler için de bu durumun benzerlik gösterdiği tahmin edilmektedir.

Onurla İlişkilendirilmiş Emek:

Onurla ilişkilendirilmiş emek, yani, toplumca hoş karşılanan boş zaman ve imkan gerektiren işlere Ufak Tefek Cinayetler dizisinde de rastlanmaktadır. Dizi karakterleri, spor aktiviteleri başta olmak üzere çiçek yetiştiriciliği ve dernek faaliyetleri gibi uğraşlarla boş zamanlarını onurlu kılmaya çalışmışlardır. Yasak Elma dizisindeki benzer bir onurla ilişkilendirilmiş emek anlayışı burada da söz konusudur ancak Yasak Elma'da olduğu kadar, bu işlere, geniş bütçe ayırabilmeleri söz konusu değildir.

Öncelikle en yoğun görülen spor etkinliklerine değinmek gerekmektedir. Spor, zaman ve mekan gerektiren ayrıca spor malzemeleri almak için imkanlar isteyen bir uğraştır. Dizideki tüm karakterler bu bağlamda şanslılardır. Kadınlar sıklıkla jogging yaparken görüntülenmektedir. Serhan'da jogging yapmaktadır ayrıca yüzmekten de keyif almaktadırlar. Kadınlardan Oya da sitenin havuzunda yüzerken görülmüştür.

Pelin ile Taylan bir akşam konuşurlarken, Pelin önlerindeki kış için kayak tatili planlarının olmamasından şikayet eder. Ayrıca bu planı Merve ve Serhan ile yapmaları gerektiğinden bahseder. Kayak sporu, kalacak yerden malzemelerine kadar başlı başına masraflı bir spordur ve aylağa yakışan gösteriş barındıran bir etkinliktir. Bu bağlamda Ufak Tefek Cinayetler dizisi karakterleri de bu etkinlikten geri kalmazlar.

Dizideki pek çok karakter çiçek yetiştiriciliği ile ilgilidir. Merve özellikle çok iyi çiçek yetiştirmesiyle övünür. Çiçek yetiştirmek başlı başına bir onur işidir. Merve bahçesinin diğer bahçelerden ne kadar iyi olduğu ve bunun kendi mahareti olduğunu çok yerde vurgular. Serhan ve Oya da çiçek yetiştiriciliği ile ilgilidir. Oya'nın bu ilgisini farkederek Serhan, bahçelerinden bir kasımpatı sökerek Oya'ya hediye etmiştir. Serhan çiçeği ustalıkla sökmesi de çiçek yetiştiriciliğinde uzman olduğunun göstergesidir.

Tüm bunlar dışında Merve ve Pelin okul aile birliğinde aktif rol oynarlar. Özel bir okulun okul aile birliğinde çalışan bu iki arkadaş zaman zaman kardeş köy okullarına yardım geceleri düzenlerler ve bağış toplarlar. Okul aile birliği başkanlığı

mahallede bir nüfuz göstergesidir. Her yerde olduğu gibi orada da başı çekmeye çalışan Merve okul aile birliği başkanlığını korumak için sürekli bir mücadele verir. Bu tip dernek faaliyetlerinde göz önünde olmak karakterler için onur verici bir edimdir.

3.5.3.4. Aylak Yaşantının Kurgulanması

Aylak karakterleri ve onların yaşantısını incelediğimiz çalışmamızda, aylak yaşantıyı, insan kaynakları (sömürülen insan emeği), lüks tüketim ürünleri (yaşantıya dair gösterişçi tüketim metaları) ve mekanlar (aylak yaşantının sahnelendiği yerler) olarak üç başlık altında ele almış bulunmaktayız. Aylak yaşantıyı, tüm bileşenleriyle ele aldığımızda, aylak karakterin özeli dışında onu çevreleyen yaşantıyı, varyet ve nüfuz ifade eden bu tip göstergelerle ortaya koymaya çalıştık. Tüm bu göstergeler, aylığın aylaklık etmesi için muhtaç olduğu maddi gücü ve aylaklığının kanıtı olan gösterişi içinde barındırmasıyla aylak yaşamın izlerini sürmeye çalıştığımız araştırmamızda bizlere ipucu vermektedir.

İnsan Kaynakları:

Tablo 31: Ufak Tefek Cinayetler Dizisi İnsan Kaynakları Tablosu

Kişiler	İnsan Kaynakları			Toplam
	Garson	Ofis Çalışanı	Hizmetçi	
Merve Aksak	1	-	19	20
	% 1,53	-	%29,23	%30,76
Pelin Kaner	1	-	4	5
	% 1,53	-	%6,15	%7,69
Arzu Kaymaz	1	-	1	2
	% 1,53	-	% 1,53	%3,07
Oya Toksöz	-	21	2	23
	-	%32,30	%3,07	%35,38
Serhan Aksak	-	13	-	13
	-	%20	-	%20
Mehmet Kaymaz	-	2	-	2
	-	%3,07	-	%3,07
Toplam	3	36	26	65
	%4,61	%55,38	%40	%100

Ufak Tefek Cinayetler dizisinin insan kaynakları tablosuna bakıldığında, tıpkı Yasak Elma dizisinde olduğu gibi, refah yaşantının ofis çalışanları ve hizmetçiler üzerinden kurulduğu görülmektedir. Garsonlar sadece özel davetlerde - dizide sıkça anılan- bir ajanstan çağırılıp iş başı çalıştırılmaktadır. Bu sebeple çok sık rastlanmamış ve %4,61 oranında görülmüştür. Ancak hizmetçi %40 oranında ve ofis çalışanı %55,38 oranında görülerek, emek üzerinden kurulmuş refah bir yaşantının mimarları hakkında fikir vermektedir. Oranlar bir yana, emeğin çeşitli unsurlarının defalarca görüldüğü bu hayatlar, ne kadar sık görülmüşse o kadar, emir üzerinden yük almakta ve ona aylaklık edecek imkanlar sağlamaktadır.

Ancak emek çeşitliliği bu tabloda, Yasak Elma'daki kadar geniş değildir. Bunun sebebi, Yasak Elma dizisinde Halit Argun ve Alihan Taşdemir karakterlerinin her haliyle Ufak Tefek Cinayetler dizisindekilerden daha zengin olmalarıdır. Daha zengin oldukları için de daha geniş yelpazede destek alarak daha çok aylaklık etme imkanı bulmuşlardır. Fakat Ufak Tefek Cinayetler karakterleri -ki daha az çeşitlilikte insan kaynağına sahip olmalarından anlaşıldığı kadarıyla- Yasak Elma dizisindeki karakterlerden daha düşük gelir imkanlarına sahip oldukları için, her ne kadar zengin olsalar da, Yasak Elma karakterleri kadar aylak olamamışlardır. En basit örnekle, Yasak Elma kadınları mutfakta herhangi bir iş yapmazlarken, Ufak Tefek Cinayetler kadınları hizmetçiyi sadece yardımcı olarak yanlarında bulundururlar, çünkü ne mutfakla ne de evle işleri bitmez. Oya'nın da aynı şekilde 21 sahnede ofis çalışanı görünür. Bu bir zenginlik göstergesidir, iş yeri sahibi olmak, patron olmak. Ancak Halit Argun gibi bir holding sahibi değilse, sadece evde yanına yardımcı alacak kadar bir refah sağlayabilmektedir kendisine.

Bu sebeple nicel veriyle, nitel verileri birleştirmek aylaklığın ölçütlerini anlayabilmek için önem arz etmektedir. Tablodaki nicel çoklukların karakterlerin hayatlarındaki yansımaları aylaklığın türü ve derecesi bu yolla daha doğru anlaşılabilir. Zira ofis çalışanlarının görülme sıklığı ne kadar çok olursa olsun, aylak, elde ettiği gelire ve beslediği boğazla aylaklık etmeye muktedir olacaktır. Oya çalışan bir burjuvadır. İşyeri sahibidir, geliri yüksektir. İki tane çalışanı vardır, çünkü bu kadarı yeterlidir. Bu şartlar Oya'ya yarı aylak bir hayat yaşatmaya yeter. Ancak

daha karlı bir işi olup daha fazla boğaz doyurursa bu durum da aylıklığın refah seviyesini yükseltecektir. Ayrıca Mehmet de her ne kadar durumu iyi olsa da en nihayetinde Kapalıçarşı’da kuyumculuk yapan ve iki çalışanı olan bir patrondur.

Aynı durum Serhan için geçerli değildir. Durumu Oya’dan ve Mehmet’ten her bakımdan iyidir, çalışan pek çok işçisi vardır ve sitenin en güzel evinde oturmaktadır (öyle vurgulanmaktadır). Haliyle evinde en çok hizmetçi görünen karakter de odur, ayrıca Rachel isimli bu yardımcı tam zamanlı çalışmaktadır. Tabloda çalışan sayısına göre Oya’nın gerisinde kalsa da, Merve ile yaşadığı için aslında ofis çalışanı ve hizmetçi olmak üzere toplamda %49,23 ile en çok çalışanı görünen karakterdir. Bu bağlamlarda dizinin en aylıklığa muktedir karakteri Serhan gibi görünmektedir. Ancak bunu anlamak için başka verilere de bakılması gerekmektedir.

Lüks Tüketim Ürünleri:

Tablo 32: Ufak Tefek Cinayetler Dizisinde Görülen Lüks Tüketim Ürünleri Tablosu

Lüks Tüketim Ürünleri				Toplam
Alet/Araç- Gereç	Dekoratif Eşya	Mobilya	Sanat Eseri	
95	203	178	54	530
%17,92	%38,30	%33,58	%10,18	%100

Tabloda görülen tüketim ürünlerinden anlaşıldığı üzere Ufak Tefek Cinayetler dizisi karakterleri lüks eşya tercihlerini büyük oranda dekoratif eşyalardan yana kullanmışlardır. Dekoratif eşyalar işlevsiz ve tamamen gösteriş için kullanılan ürünler olduğundan lüks öğeleri üzerlerinde taşımaları daha olasıdır. Bununla birlikte işlevsel olup da lüks olandan yana karakterlerin tercih kullandığı %33,58’lik oranıyla mobilya dikkat çekmektedir. Bu iki kalem lüks yaşantıyı bezeyen tüketim metalarının başını çekmektedir.

Alet ve araç-gereçler %17,92 oranında lüks tüketim ürünlerinden tercih edilmiştir. Bunlar kullanılan malzemenin niteliği, enderliği ve pahası üzerinden tespit edilmiştir. Karakterler lüks dekorasyon ve mobilya kadar olmasa da alet ve araç-gereçlerde de lüks kullanımı yoluna gitmişlerdir.

Sanat eserleri, görülümü en düşük oranda kalmış tüketim ürünü olarak dikkat çeker. %10,18 oranında kalan sanat eserlerinin yerine dekoratif ürünler Ufak Tefek Cinayetler dizisi karakterlerince daha çok tercih edilmiştir. Çalışmamızın devamında bu kategorileri daha ayrıntılı ele almaya çalışacağız.



Tablo 33: Lüks Alet ve Araç-Gereçlerin Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı

Kişiler	Lüks Alet ve Araç-Gereçler							Toplam
	Ankastre	Yemek Takımı	Piyano	Kristal Cam Takımı	Fincan Takımı	Espresso Makinesi	Barbekü	
Merve	15	18	5	1	2	10	-	51
Aksak	% 15,78	% 18,94	% 5,26	% 1,05	%2,10	%10,52	-	%53,68
Pelin	4	-	-	-	-	-	1	5
Kaner	%4,21	-	-	-	-	-	%1,05	% 5,26
Arzu	7	6	1	-	6	-	-	20
Kaymaz	%7,36	%6,31	%1,05	-	%6,31	-	-	%21,05
Oya	6	5	-	-	-	8	-	19
Toksöz	%6,31	% 5,26	-	-	-	%8,42	-	%20
Toplam	32	29	6	1	8	18	1	95
	%33,68	%30,52	%6,31	% 1,05	%8,42	% 18,94	% 1,05	%100

Tabloda görüldüğü üzere, lüks alet ve araç-gereçlerden en sık kullanılanı %33,68 ile ankastre ardından ise %30,52 ile yemek takımı olmuştur. Tüm bunlar lüks bir mutfak için hem elzem hem de kullanışlı araç-gereçlerdir. Fakat diğer dizilerde farklı olarak bu dizide %18,94 ile espresso makinesinin kullanımı göze çarpmaktadır. Espresso makinesi hem pahalı bir alet olması hem de ince zevklere hitap etmesi sebebiyle görülümü önem arz etmektedir. Bu durum da Ufak Tefek Cinayetler dizisindeki mutfakların lüks ve konfor içerdiğinin göstergesidir. Bunun gibi ufak ayrıntılar ve bu tabloya -lüks olmadığı gerekçesiyle eklenmemiş- mutfak robotları gibi araç-gereçler zamanının önemli bir kısmını mutfakta geçiren kadınlara konfor sağlamak ve varlıklarıyla refah bir yaşantının izlenimini vermektedir.

Karakterlere bakıldığında ise %53,68 ile en çok Merve'nin lüks alet ve araç-gereçlerinin izlendiği görülmüştür. Bunun en büyük sebebi Merve'nin diğer başrol oyuncularından bir adım önde olmasıyla birlikte, Merve'nin bir boş zaman etkinliği olarak mutfakta zaman geçirmeyi sevmesiyle de açıklanabilir. Örneğin, mutfakta zaman geçirmeyi hiç sevmeyen ve hizmetçisinin mutfak işlerindeki etkinliğinin yetersizliğinden bahseden Pelin, alet ve araç-gereç bakımından zengin olan mutfak mekanında daha az görüldüğünden eşyaları da daha az izlenmiştir. Bu sebeple az alet ve araç-gereci görüntülenen karakterler dahi veri azlığıyla da boş zaman etkinlikleri hakkında bilgi vermektedir.

Arzu bir kış bahçesi olan ve burada sürekli davetler veren bir kadındır. Bu sebeple fincan takımı görülme oranı %6,31 olarak çıkmıştır. Ne kadar sık davet verilirse davet takımları da o kadar sık görülmektedir. Ayrıca Arzu diğer karakterlerden daha az görülmesine rağmen alet ve araç-gereç görülümündeki denge onun tüm bu gereçleri eşit oranda kullanmasını ve dolayısıyla her alanda aktif bir kadın olduğunun göstergesidir.

Oya çalışan bir kadındır ancak bunun yanı sıra evde de sürekli ders çalışır. Bu sebeple espresso makinesini de ders çalışırken bir yandan bir şeyler içmek için aktif olarak kullanmaktadır. Bu sebeple espresso makinesi %8,42 görülme oranıyla ilginç bir şekilde diğer temel araç-gereçleri geride bırakmıştır. Ayrıca Oya'nın, Arzu'dan

daha sık görülmesine rağmen toplam alet ve araç-gereç görülümünde Arzu'nun gerisinde kalması Oya'nın dışarıda aktif olarak çalışmasıyla ilintilidir.

Piyano bu dizide de evlerde görülmektedir. Çocukların piyano derslerine gönderildiği birkaç sahnede izlenmiştir. Ancak kimsenin kullanmadığı bu piyanolar %6,31'lik görülme oranına rağmen süs gibi bir köşede durmaktadır.



Tablo 34: Dekoratif Eşyaların Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı

Kişiler	Lüks Dekoratif Eşyalar														Toplam
	Abajur	Perde	Halı	Biblo	Mum	Şömine	Avize	Vazo	Lambader	Egzotik Çiçek	Kaktüs	Bonsai	Ayna	Duvar Kabartması	
Merve Aksan	6	9	5	8	-	1	1	4	10	1	9	10	8	8	80
	%2,95	%4,43	2,46	%3,94	-	%0,49	%0,49	%1,97	%4,92	%0,49	%4,43	%4,92	%3,94	%3,94	%39,40
Pelin Kaner	3	3	3	6	-	-	1	4	-	-	-	-	-	1	21
	%1,47	%1,47	%1,47	%2,95	-	-	%0,49	%1,97	-	-	-	-	-	%0,49	%10,34
Arzu Kaymaz	8	8	6	9	3	3	4	9	1	1	-	-	2	-	54
	%3,94	%3,94	%2,95	%4,43	%1,47	%1,47	%1,97	%4,43	%0,49	%0,49	-	-	%0,98	-	%26,60
Oya Toksöz	12	5	-	13	-	3	6	4	1	1	-	-	3	-	48
	%5,91	%2,46	-	%6,40	-	%1,47	%2,95	%1,97	%0,49	%0,49	-	-	%1,47	-	%23,64
Toplam	29	25	14	36	3	7	12	21	12	3	9	10	13	9	203
	%14,28	%12,31	%6,89	%17,73	%1,47	%3,44	%5,91	%10,34	%5,91	%1,47	%4,43	%4,92	%6,40	%4,43	%100

Dekoratif eşyaların görülümü tablosuna baktığımızda, her konuda önde olmak isteyen Merve'nin %39,40 ile lüks dekoratif eşya sahipliği ve görünürlüğünde de önde olduğu görülmektedir. Merve'yi %26,60 ile Arzu ve %23,64 ile Oya izlemektedir. En sonda ise %10,34 ile ev hayatına dair pek de fazla şey izlenilemeyen Pelin yer almaktadır. Merve “her şeyde birinci” olmak isterken lüks olan her şeyden destek aldığı bu tabloda da görülmektedir. Bununla birlikte ev içi hayatı çok da gösterilmeyen Pelin'i saymazsak, Oya ve Arzu'da birbirine yakın oranlar çıktığı görülmektedir.

Bu dizide de diğer dizilerde olduğu gibi aydınlatma araçlarının lüks dekoratif eşya seçimlerinde sıklıkla tercih edildiği görülmektedir. Avize, abajur, lambader, mum olmak üzere %27,57 oranında görüldüğü tespit edilmiştir. Zira daha önce de bahsedildiği gibi aydınlatma lüks dekorasyonun işlevsel yanlarından olduğu için zarif bir “gösteriş” yolu olarak dikkat çekmektedir. Ancak bu dizide diğerlerinden farklı olarak biblo, ayna, duvar kabartması, vazo gibi dekoratif eşyaların aydınlatmadan daha fazla görüldüğü tespit edilmiştir. Bu üç kalem toplamda %38,90 oranında görüntülenmiştir. Süs eşyaları da en az aydınlatma eşyaları kadar rağbet görmüştür. Süs eşyaları inceltilmiş zevkin bir göstergesidir. Aylağın aldığı iyi eğitim ve sahip olduğu zevkler hakkında da mesajlar taşınması bakımından süs eşyaları önemlidir. Tüm bu aydınlatma ve süs eşyalarının denegeli kullanımı neticesinde Ufak Tefek Cinayetler dizisi için dekoratif lüks eşya kullanımının daha zengin olduğu söylenebilir.

Çiçek yetiştirmekte övünen Merve'nin evinde toplamda %9,84 oranında çiçek görüntülenmiştir. Merve çiçekleri sevmekte ve dekoratif eşya olarak da mekanlarını çiçekle doldürmüştür. Ancak bunlar sıradan çiçekler olmamakta devasa bir kaktüs, bonsai gibi çiçeklerden oluşmaktadır. Diğer karakterlerin evlerinde de bitkiler görülmektedir ama hiç birisi Merve'nin sahip olduğu bitkiler kadar çeşitli ve lüks değildir.

Ev tekstilinde gösterişin daha kısıtlı görüldüğü Ufak Tefek Cinayetler dizisi, %12,31 perde ve %6,89 oranında halı toplamda ise %19,20 oranında ev tekstil ürünü barındırmaktadır. Süs eşyası ve aydınlatma araçlarıyla daha gösterişli evler yaratan Ufak Tefek Cinayetler karakterleri işlevsel ev tekstil ürünlerinde ise daha kısıtlı kullanıma giderek ihtişam ve şatafat kodlarını doğrudan evlerine işlemişlerdir.

Tablo 35: Lüks Mobilyaların Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı

Kişiler	Lüks Mobilyalar											Toplam
	Lake Dolap	Koltuk Takımı	Ahşap Oyma Yemek Masası	Ahşap Oyma Çalışma Masası	Cam/Ahşap Oyma Kütüphane	Ahşap Oyma Orta Sehpa	Ahşap Oyma Dresuar	Berjer	Bahçe Oturma Grubu	TV Ünitesi	Gardrop	
Merve Aksak	22	9	2	1	1	6	1	5	8	1	2	58
	%12,35	%5,05	%1,12	%0,56	%0,56	%3,37	%0,56	%2,80	%4,49	%0,56	%1,12	%32,58
Pelin Kaner	-	6	1	-	2	5	3	1	2	2	6	28
	-	%3,37	%0,56	-	%1,12	%2,80	%1,68	%0,56	%1,12	%1,12	%3,37	%15,73
Arzu Kaymaz	15	10	5	-	-	8	6	-	8	-	2	54
	%8,42	%5,61	%2,80	-	-	%4,49	%3,37	-	%4,49	-	%1,12	%30,33
Oya Toksöz	-	9	5	3	7	6	1	-	2	-	5	38
	-	%5,05	%2,80	%1,68	%3,93	%3,37	%0,56	-	%1,12	-	%2,80	%21,34
Toplam	37	34	13	4	10	25	11	6	20	3	15	178
	%20,78	%19,10	%7,30	%2,24	%5,61	%14,04	%6,17	%3,37	%11,23	%1,68	%8,42	%100

Ufak Tefek Cinayetler dizisinin lüks mobilyaların görülümü tablosunda izlendiği üzere, Merve yine %32,58 görülüm oranıyla birinci sıradadır. Hemen ardından %30,33 oranıyla Arzu, %21,34 oranıyla Oya ve %15,73 görülme oranıyla da Pelin gelmektedir. Diğer eşya türlerinde olduğu gibi lüks mobilyalarda da Merve en çok lüks eşya kullanan karakter olmuştur.

Merve ve Arzu, domestik, boş zamanlarının çoğunu mutfakta geçirmeyi seven kadınlardır. Bu sebeple %20,78 ile lake mutfak dolapları en çok görüntülenen lüks mobilya olmuştur. Lake mutfak dolaplarının bu denli görünümü karakterlerin boş zaman etkinlikleri hakkında da fikir vermektedir. Oya çalıştığı için, Pelin ise hoşlanmadığı için mutfakla yeterince ilgilenmezler. Ayrıca mutfakla ilgilenmeyen bu karakterlerin mutfakları, Arzu ve Merve'ninki kadar lüks değildir. Mutfağı sıklıkla kullanan karakterler olan Arzu ve Merve ise mutfaklarını lüks dekore ettirmeyi tercih etmişlerdir. Bu durum da tabloya en sık görülen lüks mobilya olarak yansımıştır.

Lüks mobilya yoğunluğunu ise genellikle salon mobilyaları meydana getirmektedir. %19,10 koltuk takımı ve %14,04 ahşap oyma orta sehpa başta olmak üzere, ahşap oyma yemek masası, dresuar tüm karakterlerde ortak görülen ve sık kullanılan mobilyalar olarak dikkat çeker. Lüks dekoratif eşyalarla salonlarını bezeyen karakterler, lüks mobilya tercihleriyle de salonlarını lüksün mabedi haline getirmişlerdir.

Bahçe oturma grubu yine tüm karakterlerde ortak kullanımı görülen başka bir lüks mobilyadır. Bahçe oturma grubu için bir bahçe gereklidir ve günümüz şehir yaşantısında bahçe sahibi olmak adeta başlı başına bir lüktür. Karakterlerimizin hepsi buna sahiptir ve az veya çok görünürlüğüne rağmen bahçe oturma grubu kendi başına lüksün bir başka göstergesidir.

Karakterlerin gardropları da başka bir dikkat çekici unsurdur. Yüksek ve üst katı aşağı inen süspansiyonlu pahalı gardroplar karakterler tarafından tercih edilmiştir. Ağzına kadar gösterişli kıyafetlerle dolu bu gardroplar başka bir lüks mobilya olarak dikkat çekmektedir.

Merve'nin evinde bir çalışma odası olduğu ve orada çalışma masası ve kütüphane görüldüğü tespit edilmiştir. Ancak bu oda kısmen işlevsizdir. Karakterlerimiz arasında en entelektüel olan ve evde de çalışmaya devam eden Oya'nın kütüphane ve çalışma masası görünürlüğü de bu sebeple diğer karakterlerden daha fazla bir orandadır.

Tablo 36: Sanat Eseleri Görülümünün Karakterler Üzerine Dağılımı

Kişiler	Sanat Eseleri			Toplam
	Tablo	Heykel	Fotoğraf	
Merve Aksak	7	2	-	9
	% 12,96	%3,70	-	%16,66
Pelin Kaner	7	-	-	7
	% 12,96	-	-	% 12,96
Arzu Kaymaz	13	6	-	19
	%24,07	%11,11	-	%35,18
Oya Toksöz	9	-	10	19
	%16,66	-	%18,51	%35,18
Toplam	36	8	10	54
	%66,66	%14,81	%18,51	%100

Ufak Tefek Cinayetler dizisinin sanat eserleri görülümü tablosuna bakıldığında tüketimi kolay olan “göze hoş gelen her şeyden” oluşabilecek tabloların %66,66 oranında tercih edildiği görülmektedir. Zira karakterlerin hiç birisinin bir sanat eserini takdir edebilecek kabileyet sahip olduğuna dair bir iz söz konusu değildir. Bu sebeple karakterler de sanat eserlerini dekoratif eşya olarak değerlendirmektedirler. Karakterlerden en çok Arzu'nun evinde %24,07 oranında tablo görülürken hemen ardından %16,66 oranında Oya ve %12,96 oranlarında Merve ve Pelin'in evinde tabloya rastlanmıştır. Bununla birlikte heykel sadece Arzu ve Merve'nin evinde, %11,11 ve %3,70 oranlarında görüntülenmiştir. Oya'nın evinde de Edip'in çekip hediye ettiği fotoğraflar yer almaktadır. Bu fotoğrafların oranı ise %18,51'dir.

Mekanlar:**Tablo 37: Karakterlere Ait Mekanların Gösterimi**

Kişiler	Mekanlar										Toplam
	Bahçe	Havuz	Kış Bahçesi	Mutfak	Salon	Villa	İşyeri	Çalışma Odası	Veranda	Yatak Odası	
Merve Aksak	8	11	-	21	11	8	-	1	4	3	67
	% 3,63	%5	-	%9,54	%5	% 3,63	-	%0,45	%1,81	%1,36	%30,45
Pelin Kaner	3	-	-	7	8	2	-	-	1	8	29
	%1,36	-	-	%3,18	% 3,63	%0,90	-	-	%0,45	% 3,63	%13,18
Arzu Kaymaz	11	7	3	9	7	7	5	-	-	2	51
	%5	%3,18	%1,36		%3,18	%3,18		-	-	%0,90	%23,18
Oya Toksöz	1	-	-	11	10	9	17	-	6	-	54
	%0,45	-	-	%5	%4,54	%4,09	%7,72	-	%2,72	-	%24,54
Serhan Aksak	-	-	-	-	-	-	11	-	-	-	11
	-	-	-	-	-	-	%5	-	-	-	%5
Mehmet Kaymaz	-	-	-	-	-	-	8	-	-	-	8
	-	-	-	-	-	-	% 3,63	-	-	-	% 3,63
Toplam	23	18	3	48	36	26	41	1	11	13	220
	%10,45	%8,18	%1,36	%21,81	%16,36	%11,81	%18,63	%0,45	%5	%5,90	%100

Mekanların ele alındığı tablo incelendiğinde, işyeri ve mutfak gösteriminin oldukça fazla olduğu dikkat çekmektedir. Bu durum da Ufak Tefek Cinayetler dizisinde karakterlerin, çalışanlar ve yemek yapanlar başta olmak üzere, ne gibi emek ve boş zaman etkinliklerinde buldukları hakkında bilgi vermektedir. Karakterlerin ikisi sadece mutfakta boş zamanını değerlendirirken -ki bu kesinlikle bir emek faaliyeti değil boş zaman edimidir- diğer ikisi ise sadece çalışmaktadır. Bu dört karakter dışında kalan iki karakter Arzu ve Oya hem işte hem de mutfakta aktif rol oynamaktadır. Hobi için mutfakta çalışan ve yarı aylak olarak işyerinde zaman geçirenler dışında emek sarfeden ve bir yandan da gündelik hayatını devam ettirmeye çalışan Arzu ve Oya bu kesişimde dikkat çeken karakterler olmuşlardır.

Bu mekanların ardından %16,36 ile salonlar gelir. Karakterler gündelik buluşmalarını -özel mekanlar bağlamında- salonlarda gerçekleştirmekte, bununla beraber aile yaşantıları da salonda devam ettiğinden salon yüksek bir oranda karşımıza çıkmaktadır. Ancak buluşmalar sadece salonlarda olmaz. Veranda, bahçe ve kış bahçesi de buluşmalar için önemli mekanlardır. Veranda ve bahçeler doğrudan varyetinin göstergesi olmakla birlikte, kış bahçesi -Arzu'nun sahip olduğu- lüksün ileri bir boyutudur. Bu sebeple her ne kadar tabloda %1,36 oranında kalsa da kış bahçesi önemli bir göstergedir.

Entelektüel faaliyetlerde bulunmayan karakterlerin çalışma odaları da tespit edilememiştir. Sadece Merve'nin bir çalışma odası vardır ve tek sahnede görünmektedir, yani kullanılmamaktadır, onun da oranı %0,45'tir. Karakterler masa başında zaman geçirmek yerine evlerinin daha lüks ve konforlu kısımlarını tercih etmektedirler. Entelektüel aktivitelerde bulunan Oya'nın ise özel bir çalışma odası yoktur. Ancak salonunun bir kısmını çalışma alanı olarak belirlemiştir. Ama yine de Oya'yı da diğer karakterler gibi salonda gördüğümüzden daha çok mutfakta görmekteyiz. Bunun dışında -Merve'yü saymazsak- karakterlerin mutfak ve salonda bulunma oranları birbirine yakındır.

Erkekler işyerleri dışında evlerde de görüntülenmiştir. Ancak evde daha çok zaman geçiren karakterlerin kadın olması sebebiyle mekanlar kadınlara mal edilmiştir.

Yine de erkekler çoğunlukla ev dışında boş zaman aktivitelerinde ve işyerlerinde görüntülenmektedir.

Mekanlar içeriden olduğu kadar dışarıdan da sıkça gösterilmiştir. Lüks dekoratif eşya ve mobilyalarla dolu salonlar dışında, bahçe, veranda, havuz, villa gibi mekanlar da toplamda %35,44 oranında gösterilmiştir. Ortak kapalı alanlar ise mutfak ve salon olmak üzere %38,17 oranındadır. Bu iki oranında birbirine yakın olması yapımcıların lüks yaşantıyı bir bütün olarak ele alıp aylağın gündelik hayatının tamamına yaymalarıyla ilintilir.

Bunlar dışında özel alanlardan olan yatak odası da %5,90 oranında görüntülenmiştir. Bu mekanda genelde kıyafet değiştirilir veya eşler sohbet ederler. Gündelik hayatın çok da önemli bir parçası değildir.

3.5.3.5. Hikaye İçerisindeki Ayrıntılar

Hikaye bir dış sesle başlar. Dış ses “bazı insanların hayatları hep yolunda görünür, pembe-beyaz tatlı bir hikayenin içinde gibidirler her zaman. Gömlekleri kırışmaz, çorapları kaçmaz, canları hiçbir zaman sıkılmaz, hep mutlu ve tasasız görünürler” der. Bu söylemden hikayedeki karakterlerin sosyo-ekonomik ve kültürel statüleri az çok belli olmaktadır. Söylem, çalışmamızın tamamında ele aldığımız öykünülen aylak karakterleri anlatır gibidir. Netekim de diziyi izlediğimizde karşılaştığımız karakterler tam da bu minvalde öykünülen aylak modeller olarak karşımıza çıkmaktadır.

Hikayede, mekanlar arasında geçiş yapılırken “mahalleden manzaralar” paylaşılmaktadır. Burada topluca bir hoca eşliğinde egzersiz yapan kadınlar, golf ve tenis oynayan insanlar, fotoğraf çeken insanlar, jogging yapan mahalle sakinleri, havuzlar, fiskiyeler, heykeller gibi görüntüler yer almaktadır. Bu görüntüler incelediğimiz dizi karakterlerinin yaşam standartları hakkında bilgi vermektedir. Karakterlerimiz, elit zevkleri ve imkanları olan insanların arasında yaşamını sürdüren insanlardır. Ancak aylaklıklarının boyutu başka bir muammadır.

Karakterlerimizin aylak olduğuna dair göstergeler, erkeklerin hepsinin kendi işinin sahibi olması, az çalışması, kadınların boş zaman edimlerinin geniş bir zamana yayılması ve gösterişçi tüketim olarak kendini göstermektedir. Aylaklık öyle bir raddeye varmıştır ki, pilates dersleri ve cilt bakımı işten kabul edilmekte, hobi olarak dahi mutfığa girilse yardımcısız hiçbir iş yapılamamaktadır. Gösterişçi tüketim ise hemen hemen her yerde kendini belli etmektedir. Öyle ki, tüm ekip, okul müdürünün cenazesine bile son derece göz alıcı şekilde katılmışlardır. Cenazede dahi şıklıktan ödün vermemişlerdir.

Çalışma ayıp karşılanmaktadır. Cenazede, yıllar sonra Oya ile karşılaşan Merve, Oya'nın çalıştığını öğrenince “Ay sen çalışıyor musun?!” şeklinde bir tepki vererek Oya'nın çalışmasını küçümsemiştir. Üstelik Pelin, Oya'nın evli olmadığını öğrendiğinde ona acımış ve bu durumu garipsemiştir. Çünkü evli olmak demek hayatı idame ettirecek bir erkeğe sırtını yaslamak demektir. Mehmet'in sevgilisi Burcu, Merve ile olan bir konuşmasında “ben yavaş yavaş çalışmayı bırakıyorum, hem Mehmet istemiyor” demiştir. Evlenmek, tam aylak hayatın geçişin bileti gibidir. Ancak yarı aylak olan ve kısmen çalışan erkek tarafından bu durum eleştirilir. Serhan, Merve ile Pazar keyfi yapan Pelin'e “siz güzel güzel keyif yapın, tabii çok yoruluyorsunuz” diyerek tepki göstermiştir. Aynı şekilde bir meyhanedeki konuşmalarında Taylan, Mehmet'e “dünyaya kadın olarak mı gelseydik? Ye, iç, gez, yat üstüne bir de ev yapsınlar” diyerek evlere kapattıkları kadınlara tepkisini dile getirmiştir. Buradaki çelişki, kadınların bir erkeğe yaslanıp bir ömür geçirmek istemesi, erkeğin kadının çalışmamasını istemesi, daha sonra bundan şikayet etmesidir. Kadın da keza bu durum karşısında aylaklığı içine sindiremeyip faydasız hobilerle zamanını doldurmaktadır. Bahçe dekorasyonu için önce peyzaj mimarı ile anlaşılan daha sonra onla çalışmaya başlayan Merve gibi. Ayrıca boş zamanlar, boş uğraşlar doğurmaktadır. Kadınların okul aile birliğindeki gözlerinde büyüttükleri özveri buna örnek verilebilir.

Dış sesin dediği gibi hayatları pembe-beyaz tatlı bir hikaye gibidir. Pelin bir kıskançlık krizi sonrası Oya'yı havuza itmiştir. Sonraki gün Oya ile Pelin'in arasını yapmak için Oya'ya giden Merve başarısız olmuş, ardından soluğu Pelin'de almıştır. Fakat önceki geceye dair tek bir yorumu vardır “bu sayede waterproof makyaj

yaptığını öğrenmiş olduk, gram akmadı ya!”. Bu samimiyetsiz yorum aslında Merve’nin, olayın çok da üzerinde durmadığının, hayatının her şartta pembe-beyaz olduğunun göstergesi gibidir.

Gösteriş aylak sınıflarda bir ihtiyaç olarak çok yerde karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, Merve’nin lüks bir semtte yeni bir ev alan arkadaşı evi göstermek için bir magazinci ister Merve’den. Merve ise konuştuğu arkadaşının magazinel bir değeri olmadığını, onun yerine bir dekorasyon dergisini ona yönlendirebileceğini “böylece evini cümle alemin göreceğini” söyler. Bunun gibi örnekler dizi içerisinde daha da çoğaltılabilir. Aylak sahip olduğu her şeyi ortaya, gözler önüne dökerek aylaklığını gösterme yoluna gitmektedir.

Karakterlerin, emekle de sürekli bir çekişmeleri vardır. Serhan’ın yönettiği hesaplarda bir sızıntı olmasının ardından ortağı Rıza “sodikli bir bilgi işlemci ortalığı karıştırmış” diyerek emeği küçümser. Keza yardımcısının arkasında iki bulaşık tabak bıraktığı için küplere binen Pelin ve Rachel’i defalarca azarlayan Merve de emeğin küçümsemesine örnektir. Fakat o kadar aylaktırlar ki emek olmadan da hiçbir şey yapamamaktadırlar. Mahalleliye kızdığı için, bu yardımcıları sağlayan ajansı arayıp tüm hizmetçileri geri çektirince Merve, hepsinin eli ayağı birbirine dolaşmış ve Merve ile barışmak zorunda kalmışlardır. Dolayısıyla emek hakir görülmektedir ancak karakterler emeksiz de bir hayat sürememektedir.

Rahatlama etkinlikleri arasında spor, hatırı sayılır bir yere sahiptir. Ancak karakterler rahatlamak için alışveriş de yapmaktadırlar. Örneğin, annesiyle tartışan kızına Mehmet, dışarı çıkıp arkadaşlarıyla dolaşmasını ve alışveriş yapmasını önermektedir. Her türlü aşırılık ve içinde para harcanan bonkörlükler aylığın hayatının değişmez bir parçasıdır. Başka bir örnekte görüldüğü üzere, Mehmet’in Arzu’ya doğumünü hediyesi olarak yazlık almayı teklif etmesi gibi.

3.5.4. Kalk Gidelim

“Kalk Gidelim” ilk bölümü 18 Kasım 2017 tarihinde yayınlanmaya başlanmış bir televizyon dizisidir. Dizi, 2019 yılı itibarıyla halen daha TRT 1 televizyon

kanalında yayınlanmaya devam etmektedir. Yönetmenliğini Yahya Samancı'nın yaptığı dizinin senaryosu, Cüneyt İnay ve Oktay Berber tarafından yazılmaktadır³⁰.

3.5.4.1. Kalk Gidelim Dizisinin Konusu

Mustafa Ali Dal (Erkan Sever) askerlik görevi dönüşü ailesi, onu istemediği bir kız olan Meryem Kütük (Aslı Omağ) ile evlendirmek ister. Meryem ile evlenmek istemeyen Mustafa Ali, babaannesi Mümine Dal'ın (Yıldız Kültür) yardımıyla düğünden kaçır ve İstanbul'a yerleşir. İstanbul'da çalışan, fabrika kuran, çok zengin olan Mustafa Ali, şehirde Nurcan Dal (Ayça Varlıer) ile evlenmiştir. Bu evlilikten, Canberk Dal (Onur Seyit Yaran) ve Duru Dal (Ece Aydemir) isimli iki çocukları olmuştur. Fakat en son Canberk'in sünnet düğününde akrabalarıyla bir araya gelen Mustafa Ali, ardından 15 yıl boyunca köye uğramamış, köydekilerle de pek iletişim kurmamıştır. Köyde bıraktığı kardeşi Seyfettin Dal (Ufuk Özkan), babası Hüseyin Dal (Beyazıt Gülercan), annesi Hatice Dal (Nalan Okçuğolu) başta olmak üzere diğer akrabaları yıllarca Mustafa Ali'nin yüzünü dahi görememiştir.

Köydekiler Mustafa Ali'nin hayırsızlığına hayıflanırken, Mustafa Ali İstanbul'da büyümüş, çok başarılı olmuş, zirveye oynamış ancak bir takım yanlış kararlarla küçülmüş ve zaman içinde iflas noktasına gelmiştir. İflas yaşanıp, hacizciler kapıya dayanınca, Mustafa Ali çareyi, apar topar ailesini toplayıp köye dönmekte bulur. Ailesine iflas ile ilgili bilgi vermeyen Mustafa Ali çaresizlikle ve ailesine iflası söyleyememiş olmanın yüküyle, tatil köyüne gitme yalanı söyleyerek, yol üzerinde Muğla'daki köylerine uğrama kararı vermiş gibi davranıp ailesini temelli olarak köye götürür. Köydekiler Mustafa Ali'nin gelişine anlam veremez. Mustafa Ali'yi özlemişlerdir ancak 15 yıl sonra bu kadar uzun süreli kalmaya gelmesi onları şaşırtmıştır. Mustafa Ali de ne akrabalarına, ne lüks içinde yaşattığı eşine ne de hayırsız oğlu Canberk ve rahata alışkın kızına iflas ettiğini söyleyemez. Fakat Mustafa Ali'den alacağı olan müdürünün köye gelip babası Hüseyin ile irtibata geçmesi üzerine olay öğrenilir ve aile içinde yayılır. Köyde temelli kalacaklarını öğrenen Nurcan şok geçirir, Duru depresyona girer ancak köydeki Badegül'e gönlünü kaptıran ve dünyası

³⁰ https://tr.wikipedia.org/wiki/Kalk_Gidelim

dar olan Canberk bu durumdan nispeten hoşnuttur. Fakat kuzeni, yani Seyfettin'in oğlu, Halim Dal'ın (Alican Okumuş) Badegül'e karşı ilgisi olduğunu bilmemektedir.

Nurcan, kısmen akli melekelerini yitirmiştir, Duru sürekli ağlamaktadır, Canberk ise mütemadiyen Badegül'ün peşindedir. Mustafa Ali ailesine iyi hissettirmek için elinden geleni yapar. Ancak o zamana kadar aylak olarak yaşattığı ailesi ve yarı aylak olan kendi artık emek safhına katılmak zorundadır. Bunun üzerine Mustafa Ali, abisi Seyfettin'in işlerine yardımcı olmak için Seyfettin'in yanında işe girer. Kardeşinden pek de hoşlanmayan Seyfettin, onun bu düşkün halinden faydalanarak asgari ücretle işe alır ve onu ağır işlere koşar. Seyfettin'in kurduğu düzende işlerin iyi ve karlı yürüdüğünü farkedenden Mustafa Ali'nin ise işleri Seyfettin'in elinden alma ihtimali aklına düşer.

Tüm bunlarla beraber, Mustafa Ali'nin nikah masasında bıraktığı Meryem, güçlenmiş, köyün hanımağası olmuştur. Mustafa Ali'nin döndüğünü duyan Meryem, onunla uğraşmaya kararlıdır ve artık eskisinden daha fazla nüfuz sahibidir. Hikayede tüm olaylar bu minvalde sürüp gitmektedir.

3.5.4.2. Karakterler ve Aylak Öznenin Temsili

Hikayede pek çok karakter yer almasına rağmen, hikaye içerisinde başrol olarak yer alan karakterler öncelikle ele alınmıştır. Karakterlerin tüketim eğilimleri, boş zaman alışkanlıkları ve aylaklık durumlarını irdeleyebilmek için öncelikle karakterleri tanıtmakta fayda olduğu düşünülmektedir. Ancak bir durum komedisi olan bu dizi, karakterlerin arka planlarının dar olması ve zenginlikten fakirliğe düşmüş karakterlerin dizideki yeri, geri kalan karakterlerin de “kırsal aylak” diyebileceğimiz, parası olan ancak hiç bir işten geri kalmayan, sadece aylaklığın, varlık kısmını yaşayabilen kesim olması sebebiyle daha önce ele aldığımız dizilerdeki verilerden çok daha farklı ve belli bir derinlikten yoksun bilgiler vermektedir. Karakterlerin pek fazla boş zaman uğraşı olmadığı gibi, boş zamanlarında kahveye giden veya köy evinin verandasında oturan karakterler, bir yandan emek harcamakta ama öbür yandan da garip bir şekilde varlık içinde yaşamaktadırlar. Ancak bu varlık algısı çok farklıdır ve lüks ile yakından

uzaktan ilgisi yoktur. Tüm benzeri ayrıntılara dizi ile ilgili bilgi verirken ileriki kısımlarda değinilecektir.

Mustafa Ali Dal, orta yaşlarında bir işadamıdır. Büyük bir villada lüks bir hayat sürmektedir. Etrafı türlü iş görenlerle doludur, aylak bir yaşantı sürmektedir. Ancak bazı yanlış kararlar sonucu iflas eder. Evine, fabrikasına ve dahil her şeyine haciz geleceğini öğrendiğinde, ailesini toplayıp, evden yükte hafif pahada ağır eşyaları arabaya yükleyip, kasaları boşaltıp villasından kaçır. Kaçabilecek de tek bir yeri vardır, 15 yıldır uğramadığı köydeki ailesinin yanı. Ailesini tatile gidiyoruz diye kandırıp, köydeki akrabalarının yanına götürür. Bir süre iflas ettiğini kimseye söylemez. Ancak müdürünün köye alacağını tahsil etmek üzere yaptığı ziyaretten sonra iflas olayı duyulur ve herkes büyük bir şok yaşır. Bir yanda yıkılan ailesini toparlamaya çalışırken, öbür yanda ona yukarıdan bakmaya başlayan başta abisi ve diğer akrabalarıyla uzlaşmaya çalışmaktadır. Her yönden kısıkaca alınan Mustafa Ali, aylak yaşantısını bir yana bırakıp abisi Seyfettin'in yanında işe girer. Seyfettin'in buyruğunda, geçmişten de çok yabancı olmadığı tarla ve hayvancılık işlerinde çalışmaya başlar. Ancak Seyfettin'in çalıştırdığı şartlar çok ağırdır. Tarladaki ırgatların işlerini kardeşine de yaptırır. Tüm bu varyette hakkı olduğunu düşünen Mustafa Ali, abisinin işinden para koparıp işlerini tekrar yoluna koymanın planlarını yapmaya başlar.

Mustafa Ali bir işadamıydı. Yaptığı işin bilgisi tam olarak verilmese de tekstil üzerine çalıştığına dair ipuçları vardır. Yarı aylak bir yaşantı sürdürmektedir. Ancak değişen şartlarla emek üretmek zorunda kalan aylak, geçmişteki yaşantısının çok uzağındaki şartlara boyun eğir. Aylaklığın tadını bir kez alan biri olarak aylak yaşantısına dönmenin yollarını aramaktadır. Ancak anlık durumu itibariyle aylaklık durumunda olduğu söylenemez.

Mustafa Ali'nin kayda değer bir boş zaman etkinliği yoktur. Köy kahvesinde oturur, ailesiyle zaman geçirir. Bunun dışında, yeni hayatında tüm zamanı çalışmakla geçmektedir.

Seyfettin Dal, Mustafa Ali'nin büyük erkek kardeşidir. Askerlik görevi dönüşünde, babası onu Meryem ile evlendirmek istemiş, ancak Meryem'i beğenmeyen Seyfettin bu teklifi reddetmiştir. Babasının karlı bir iş ortaklığı için düşündüğü bu evliliğin başka bir yolla gerçekleşebileceğini düşünen Seyfettin, Mustafa Ali'yi Meryem ile evlendirmeyi babasına teklif eder ve babası da kabul eder. Tüm hikayenin çıkış noktası da budur. Bunun üzerine düğün dernek kurulur, Mustafa Ali, Meryem ile evlendirilecekken düğünden kaçır, İstanbul'a gider, iş kurar ve çok zengin olur. Akrabalarıyla da bağını keser. Seyfettin, hem Mustafa Ali'nin başarılı olmasını kaldıramaz, hem de bu ilgisizliğine içerler. Mustafa Ali, İstanbul'da başarılı olurken, Seyfettin de köyde hiç yabana atılmayacak işler yapar. Tarlaları büyütür, hayvanların sayısını arttırır, yeni işler ve istihdam yaratır, şirketleşir. Mustafa Ali'nin iflas sonrası köye dönmesiyle beraber de kardeşinin üzerine tahakküm kurmaya başlar. Mustafa Ali'nin hem ilgisizliğinin hem de başardıktan sonra ailesine sırtına dönmesinin intikamını almaya çalışır.

Seyfettin aylak olmak için her şeye sahiptir. Tarlalar ve hayvanların gelirleri, boş zaman ve nüfuz. Ancak sanayiyle değil de kırsal kültürde yetiştiği için, ne lüks, ne gösteriş ne de “çalışmamak” gibi bir anlayışı vardır. Hatta çalışmak bildiği tek şeydir. Bu sebeple bu kırsal patrona yarı aylak diyemeyiz. Ancak varlıklı ve refah yaşantısı sebebiyle kırsal aylak dememiz daha doğru olacaktır.

Seyfettin boş zamanlarını köy kahvesinde ve ailesiyle geçirir. Köyde hayatı zaten engin bir boş zaman olduğundan, boş zamanı kavrayabilecek veya etkinliklerle dolduracak bir bilinci yoktur.

Nurcan Dal, Mustafa Ali'nin eşidir. Hayatı lüks ve gösterişle dolu, dört bir yanında iş görenler varken tam aylak bir yaşantı sürdürmektedir. Ancak, Mustafa Ali'nin iflası üzerine köye dönmeleriyle derin bir şok yaşamıştır. Farklı eşyalar, farklı bir ev ortamı, geniş aile bir de üzerine kendi işini kendi yapma kısmı eklenince yaşantısına dair tün lükslerini yitirmiştir. Bir de üzerine onun önceki hayatını çekemeyen görünce ve eltesinin eziyetleriyle iyice yeni yaşantısından soğumuştur. Mustafa Ali'nin iflasını öğrenene kadar hayatı sinir krizleriyle geçmiştir. Fakat

öğrendikten sonra akli melekelerini kısmen yitirmiş ve çıldırmıştır. Fakat çeşitli olaylar sonucu köydeki yeni yaşantısını kabullenir ve alışmaya çalışır.

İflas öncesi Nurcan tam bir aylaktır. İflas sonrasında da ev içi emeğe katılmıştır. Dışarıda çalışması söz konusu değildir. Ancak eskisi gibi de işlerini hizmetçileriyle göremez. Ufak Tefek Cinayetler dizisindeki kadınlar gibi hobi olarak da çalışmaz. Çalışmak artık Nurcan'ın hayatının ayrılmaz bir parçası olur.

Nurcan'ın göze çarpan kayda değer bir boş zaman etkinliği yoktur. Hemen hemen tüm zamanını ev içinde çocuklarıyla, elti ve görümcesiyle geçirir.

Hüseyin Dal, hacı lakaplı, ailenin dedesidir. Tam hacca gideceken, Mustafa Ali'nin çıkagelmesi sonucu yaşadığı heyecana bağlı kalp kriziyle hac yolculuğu engellenmiş olur. Mustafa Ali'ye kırgındır, ancak bu durumu çok uzatmaz. Mustafa Ali'nin iflasını öğrendikten sonra hele oğlunu hayata tutundurmak için var gücüyle çalışır. Seyfettin ise gururudur. Köyde kalmıştır, onayladığı bir evlilik yapmıştır ve de işleri büyütüştür. Ancak bu iki kardeş arasındaki çekişmeden oldukça hoşnutsuzdur. Bu sebeple, Seyfettin yanında işe giren Mustafa Ali'yi korumak, Seyfettin'i incitmemek ve bu iki kardeşin arasını bulmak gibi zor uğraşlar verir.

Hüseyin aylaktır, ancak yaşlandığı için aylaktır. Gençliğini çalışarak geçirmiş, Seyfettin'e yüklü bir mal varlığı emanet etmiştir. Artık gücü yetmediği için köşesine çekilen ve işleri sadece kontrol eden bu karaktere doğrudan aylak diyemeyiz. Ancak Seyfettin için saydığımız gerekçelerle kırsal aylak diyebiliriz.

Hüseyin, boş zamanını ibadetle ve ailesiyle geçirir. Boş zaman ve boş zamanı değerlendirme bilinci onun için de söz konusu değildir. Hüseyin her ne kadar yaşlanmış olsa da işlerle ilgilidir. Boş zamanlarında tarlaya, ahıra gitmeyi sever. Çalışmaz ancak işleri denetler. Bunlar da iş çerçevesinde değerlendirilebileceğinden ve boş zaman kavramının Hüseyin'deki karşılığı olmadığından, doğrudan bir boş zaman edimi söz konusu değildir.

3.5.4.3. Karakterlerin Aylaklık Statü Simgeleri

Çalışmanın bu kısmında, Kalk Gidelim dizisi karakterlerinin aylaklık statü simgeleri; gösterişçi tüketim, kıt kaynaklara erişim ve onurla ilişkilendirilmiş emek olmak üzere üç maddede incelenecektir.

Gösterişçi Tüketim:

Mustafa Ali iflas etmeden önce, gösterişli bir hayata sahiptir ancak dizinin mevcut şartlarında gösterişçi tüketim bağlamında değerlendirilebilecek bir, ne onun ne de ailesinin bir şeyi kalmamıştır. Tüm gösteriş sadece dizinin yaklaşık on dakikalık bir kısmına aittir. Aynı şekilde Seyfettin, Hüseyin ve diğer karakterler de gösterişçi tüketimden uzak insanlardır. Zira bu insanlar sadece varlıklarıdır ve kırsal şartlarda lüks bir araba yerine, birkaç baş büyük hayvan daha tercih edilesidir. Bu sebeple dizinin geneli için bir lüks tüketim durumunun olduğunu söyleyemeyiz.

Kıt Kaynaklara Erişim:

Yaşantısını sadelikle devam ettiren bu köylü ailenin kıt kaynaklara erişimi söz konusu değildir. Erişebildikleri ne varsa tarladan, bahçeden ve şehir merkezinden gelir. Kıt kaynaklara erişmek gibi bir dertleri ve kültürleri de yoktur. Bu sebeple kıt kaynaklara erişimden de söz edilemez.

Onurla İlişkilendirilmiş Emek:

Dizide onurla ilişkilendirilmiş emek “çalışmaktır”. Çalışmanın kutsiyeti çok yerde dillendirilmektedir. Ancak onların anlayışında çalışmak da -en azından Seyfettin için- yine işlerin başında durup devamlılığını sağlamaktan öteye geçmez. Çalıştırdıkları ırgatlar vardır. Sadece bir sahnede görünsüler de bahisleri çoğu yerde geçmektedir. Bunun dışında onurla ilişkilendirilmiş başka bir emek söz konusu değildir.

3.5.4.4. Aylak Yaşantının Kurgulanması

“Kırsal aylak” diye adlandırdığımız, sadece variyeti, refahı olan lüks yaşamın bilincinde ve farkında olmayan bu kesimin hayatı da aylaklık yapma bağlamında kurgulanmış değildir. Kadınlar her işlerini kendileri yapar, erkekler işlerinin başında durur, yaşlılar bile güçleri yettiğince emek sarfetmeye çalışır. Dolayısıyla ne mekanlarında lüks dekoratif eşya, lüks mobilya, sanat eseri, alet ve araç-gereç bulunur, ne de mekanlar kayda değer derecede lükstürler. Sadece çalışanları vardır. Bir sahnede görünmesine rağmen ırgatlarının varlığından ve çalışkanlığından bahsederler. Sahip oldukları tek insan kaynağı budur. Ancak Seyfettin’in oğulları olan Samim ve Halim’e baktığımızda da onların da çok ırgattan geri kalmadığını, dolayısıyla ırgatların aslında onların yaşamlarının konforunu arttırmak değil de yardımcı olmak için var olduğunu anlamaktayız.

3.5.4.5. Hikaye İçerisindeki Ayrıntılar

Sosyo-kültürel konumlar insanların harcamalarını da yönlendirmektedir. Lüksü belirleyenlerin üst sosyo-kültürel konumdaki zümreler olduğunu kabul edersek bu algının aşağı doğru indikçe değişmesi beklenen bir husustur. Alt kesimler üst kesimleri taklit etmeye çalışmaktadır ancak bu durumda da kendi öz kültürleriyle de çatışma yaşamaktadırlar. Bu sebeple gösterişçi tüketim farklı bir yol da alabilir. Dizide de kırsal aylak olarak adlandırdığımız bu zümre harcamalarını lüks yerine daha geleneksel kanallara yönlendirmişlerdir. Dizinin başında Hacı Hüseyin Dal, eşiyle ikinci kez hacca gitmek üzeredir. Dini vecibeler gereği bir kez gidilmesi yeterli olan hac vazifesine ikinci kez katılmak, harcamanın başka bir yolunu tercih etmemek farklı sosyo-kültürel konumları paylaşmakla izah edilebilir. Kırsal aylak, sanayi aylağından farklı olarak lüks ve gösterişten ziyade maneviyatı için harcamalar yapmaktadır.

Eski aylaklarla, kırsal aylak arasındaki manevi gerilim başka sahnelerde de görülmektedir. Mustafa Ali’nin aniden geldiğini görünce kalp krizi geçiren dede Hüseyin Dal, hastaneye kaldırılır. Bu durumla ilgili Nurcan daha rasyonel yaklaşarak “normal bu tip durumda böyle gerilimler” der. Evin büyük babaannesi ise ona karşı çıkarak “bu kadar insanın duası var, yer gök dua ile durmuyor mu ayakta” der. İki farklı sosyo-

kültürel konumdan gelen insanların bu tip çatışmaları dizinin tamamına yayılmış durumdadır.

Aylak yaşantısından uzaklaşan Mustafa Ali'nin ailesi, yeni yaşam şartlarına alışmakta zorlanmaktadır. Nurcan, telefonun 4,5G çekmemesinden, kahvaltıda kruvasan bulamamaya kadar çoğu şeyden şikayet etmektedir. Aylaklık kolay bırakılabilecek bir statü değildir. Köyde yaşamaya başlayan Nurcan ve çocuklar da bu statüyü koruyabilmek için ellerinden geleni yaparlar. Örneğin, evin temizlik sırası Nurcan'a gelince, aylak statüsünden vazgeçemeyen Nurcan, köyden gündelikçi kadın getirir eve. Bu durum da aylak statüdeki öznenin emek safhına geçmesinin ne kadar zor olduğunun göstergesidir. Ancak Mustafa Ali tarladaki işine daha kolay adapte olmaktadır. Çünkü sosyo-kültürel konumu itibariyle Mustafa Ali geçmişten bu işlere uzak değildir. Ancak Nurcan'ın böyle bir hayatı daha önce yaşamamıştır. Bu sosyo-kültürel durumdaki farklılığı köydeki kuzen ile İstanbul'dan gelen kuzen arasında gerçekleşen tatlı yapma yarışmasında da görmekteyiz. İstanbul'dan gelen kuzen cheesecake yaparken, köylü kuzen revani yapmayı tercih etmektedir. Bunun gibi şehirli ve köylü aylak arasındaki kültürel çatışmalar da dizinin tamamında görülmektedir.

Aylaklık kırsalda daha ziyade yaşla ve yaşa duyulan hürmetle alakalıdır. Hüseyin işleri dışarıdan takip etmeye çalışır ancak işler büyük oranda Seyfettin'in üzerindedir. Evin yaşlı kadınları ise hiçbir işe karışmamaktadır. Yaşı büyük olanlar aylaklığa daha yatkındır. Hürmet duyulan karakterlerdir. Bu durum kırsal kültürde varlıkla değil deneyimle kazanılan bir şeydir.

Aylaklığın yadsındırığı bu -tek- dizide şehirli ve köylü karakterler sürekli çatışmakta ve şehirden gelen karakterler komik duruma düşmektedir. Canberk'in Halim'e verdiği valizlerin çok ağır olduğunu bu sebeple teker teker taşınması gerektiğini söylemesi üzerine Halim, sıkıntı yok, der ve tüm valizleri aynı anda taşır. Bu durum karşısında Canberk komik duruma düşer. Veya geleneksel yöntemlerle yapılan reçeli görünce Nurcan, mutfak robotu diye bir şey var, diye o yöntemlere karşı çıkararak kendiyi ilgili gülünç durumu ortaya çıkarır.

SONUÇ

Veblen'in kuramsallaştırdığı haliyle aylak sınıfın hala var olup olmadığını araştırdığımız çalışmada, ilgili olgunun tespitine ulaşabilmek için, gündelik hayatın bir yansıması olan ve gündelik hayatı şekillendirdiğini varsaydığımız, yani gündelik hayatla karşılıklı etkileşim halinde olan televizyon dizilerini inceledik. Çalışmanın başında en çok izlenen beş kanal içerisinde tercih ettiğimiz dört diziyi, aylaklığı farklı anlatılar içerisinde tespit edebilmek adına değerlendirdik. Bu diziler ve ağır basan aylaklık türlerini tespit etmeye çalıştığımız çalışmamızda, ayrıca aylak özneyi aylaklık bileşenleri bağlamında değerlendirdik ve aylak yaşantılarının tablosunu çizmeye çalıştık.

Çalışma sırasında dikkatimizi çeken şey, Veblen'in kuramsallaştırdığı haliyle aylaklığın, varlığını sürdürürken belli dönüşümler geçirdiği olmuştur. Aylaklıktan bahsetmek hala mümkündür ancak iki bağlamda aylaklık dönüşüme uğramıştır. Bunlardan birincisi, artık “aylak sınıftan” bahsetmenin mümkün olmadığıdır. Çünkü aylak sınıf olarak değerlendirilebilecek tek bir sınıf kalmamıştır. Tam aksine aylaklığı paydaş olarak kullanan “sınıflar”, daha doğrusu aylak statü grupları söz konusudur. Sınıf olarak değerlendirip tek tipleştiremeyeceğimiz aylak, günümüzde farklı statülerde varlığını devam ettirmekte ve farklı tip statü gruplarında kesişim kümesi olarak aylaklığı paylaşmaktadır.

Aylak sınıf, ilk sınıflı toplumların ortaya çıkmasıyla varolmuş ve günümüze kadar şekil değiştirerek varlığını sürdürmüştür. Veblen'in bunu tespit ettiği dönem olan erken sanayi döneminde de, üretim araçlarına sahip olan ve emek üretmeyip artı değerini tamamıyla rahat bir yaşam süren aylak yine zaman içerisinde değişmiştir. Ancak bu sefer “zaman” umulmadık bir değişikliğe uğrayarak sanayi sonrası toplumda yeni çalışma etiği çerçevesinde aylağı çalışma oyununa dahil etmiştir. Aslında çalışmak, aylağın “onurla ilişkilendirilmiş emeği” olmuştur. Yani çalışmak sadece onurla karşılandığı için aylağın yaşamına girmiş ve böylelikle ikinci bağlam ortaya çıkmış olur; aylak yarı aylağa evrilmiştir. Aylak artık sadece artı değeri gösterişçi yollarla tüketen değil, aynı zamanda verimliliğin kontrolü ve karar alma mekanizmasında daha aktif rol oynamaya başlamıştır.

Dolayısıyla aylak, Veblen'in kuramsallaştırdığı halinden farklı olarak;

- 1- Sınıf olmaktan çıkıp statüye dönüşerek
- 2- Tam aylaklıktan yarı aylaklığa geçerek

farklılaşmış, bu durum da aylak sınıf kavramını genişleterek, aylaklığın artık bir statüye dönüşmesi ve aylağın da bu statünün paydaşı olan özneye dönüşmesiyle sonuçlanmıştır. Zira çağlar boyunca, feodal, aristokrat, burjuva aylaklığa hep bir kimlik kazandırmıştır. Fakat günümüze geldiğimizde ise ilk kez bu kimlikler birbirinin içine girmiştir. Nasıl ki Hızır Çakırbeyli, mafya ve aylak, Halit Argun multi-milyoner ve aylak, Serhan Aksak sadece zengin ve aylak, Seyfettin Dal bağ-bahçe zenginiyse ve bu dört karakter de birbirinden çok farklı olmakla birlikte aylaklık paydasında birleşiyorsa, tarihte olduğu gibi hepsini “aristokrat” veya “feodal” olarak -adı üzerinde- sınıflandıramıyorsak, artık aylak sınıftan da bahsetmemiz çok mümkün değildir. Kaldı ki günümüz aylağı da bu sınıf mensupları gibi hiçbir iş yapmayan ve tüm hayatı boş zaman üzerinden kurgulanmış değildir. Bu sebeple aylak sınıf günümüzde bir statüye dönüşmüş bu hem aylak sınıfı hem de aylağı dönüştürmüştür.

Aylak sınıfı “aylaklığın kaynağı” bağlamında ele aldığımızda aylaklığı üretenler yani yarı aylaklar karşımıza çıkmaktadır. Ancak çalışma içerisinde gördüğümüz üzere bu yarı aylakların, tam aylak olarak yaşamlarını devam ettiren eşleri ve çocukları vardır. Çalışmak zorunda olmayan bu kesim tam aylak sınıfı oluştururken öte yandan da yarı aylağa muhtaçtır. Fakat yarı aylaktan, nispeten daha rahat bir hayat sürdürmeleri muhtemeldir. Serhan batarken, Merve'nin eve peyzaj mimarı çağırması buna örnek verilebilir. Bunun gibi aylağa muhtaç olmakla birlikte, sonuna kadar özgür olmayan ancak aylaktan daha aylak olan bir aile eşrafı bu dönem için de söz konusudur.

Yeni çalışma etiğinde emek bir takım yeni haklar elde etmiştir. Boş zaman hakkı da bunlardan biridir. Ancak boş zaman hakkı her şeye rağmen “çalışma sonucu elde edilen” bir haktır. Bu sebeple bir bedeli vardır. Ancak tüm, zamanın kontrolünü ellerinde tutan yarı aylaklar ve tam aylak olan aileleri, engin boş zamana sahip olarak

emekten ayrılırlar. Emek boş zamanını değerlendirmek için imkanları doğrultusunda çırpınır, alışveriş yapar, hobiler edinir ancak tüm hayatı boş zaman olan aylak bu ayrıcalığıyla emekten ayrılmaya devam etmektedir. Dolayısıyla ortada değerlendirilmesi gereken değil, sonuna kadar, keyfince yaşanacak bir boş zaman vardır. Bu sebeple boş zaman her ne kadar “hak” da olsa, herkes az veya çok nasıplense de, halen aylağın en önemli statü göstergelerindedir.

Gösterişçi tüketim ve kıt kaynaklara erişim halen aylaklığın en önemli göstergelerinden biri olarak varlığını sürdürmektedir. Post fordist üretim düzeninde de bu durum varlığını devam ettirmektedir. Üretim ne kadar kişiselleşirse kişiselleşsin ve kullanıcı farklılıklarına göre her zevke hitap ederse etsin, eğer ki kişiselleştirilmiş “özel” üretim ürünlerinde emek, aylığa yakınsamanın bir yolunu buluyorsa, aylak da her fırsatta emeği ezmenin başka bir yolunu bularak gösterişçi tüketim çitasını yükseltmektedir. Aylağın kıt kaynaklara erişim imkanının da olduğunu varsayarsak bu kişiselleştirilmiş ürünleri gösterişçi niteliği destansı boyutlara uzanmaktadır. Tıpkı Halit Argun’un oğluna, o, dünyada tek olan gitarı açık arttırmada fahiş bir fiyata satın alması gibi. Dolayısıyla üretim şartları her ne kadar metayı daha ucuza mal etmek bir yana, tüketiciyi memnun etmenin herhangi bir yolunu bulursa bulsun, bu durum aylak için yeni bir iddialaşma alanı yaratmaktadır.

Televizyon metinlerinin, gösteri barındırdığından bahsettiğimiz çalışmamızda, aylak meskenlerinin ve yaşantılarının -Kalk Gidelim dizisi hariç- gösteriş ve abartıyla dolu olduğunu görmekteyiz. İlgi bekleyen televizyon, merak ve aylığa öykünme duygularını harekete geçirmek için hikaye içerisinde lüks ve gösterişe sıklıkla yer vermiştir. Dolayısıyla böyle bir yaşantıya erişiminin mümkün olmadığı için bu yaşantıya öykünme duyan izleyici de hikaye içerisindeki yaşantıya ilgi duymuş -ki bunun televizyon dizilerinde karşılık bulunduğunu tespit etmiş bulunmaktayız- aylak statülerin yaşantısının televizyona taşınmasına vesile olmuştur. Televizyon -saygı duyulması gereken- aylak sınıfları meşrulaştıran bir araç halini almıştır.

Çalışma içerisinde sıklıkla vurguladığımız üzere, televizyon ve gündelik hayat karşılıklı etkileşim içindedir. Bu durum da bürokratlar, derin devlet, mafya, holding sahibi, patron, küçük burjuva, çiftlik sahibi, ağa gibi karakterleri gündelik hayattan

alıp televizyona taşınmış ve onların statülerini meşru kılıp izleyiciye göstererek tekrar gündelik hayata kazandırmıştır. Bu durum da emek sınıfının yerini kanıksaması ve - çalışma içerisinde bahsettiğimiz- Marx'ın deyiimiyle “ağzında gümüş kaşıkla doğanlara” saygı duyarken kendi görünmez zincirleriyle barışmalarını sağlamıştır.

Aylak karakterler sadece gösterilmekle kalmamış, gösterişçi tüketim, kıt kaynaklara erişim ve onurla ilişkilendirilmiş emek gibi kavramlar aracılığıyla ait oldukları statünün her fırsatta altını çizerek bu dünyanın seyirci tarafından daha iyi kavranmasını sağlamışlardır. Binlerce yıldır toplumsal hayatı düzenleyen, alt-üst ilişkilerini belirleyen bu kavramlar günümüzde de üst sınıfları meşrulaştırmanın ve onlara saygınlık kazandırmanın bir aracı haline gelmiştir. Ayrıca gösterişçi tüketim, bireyin kendi hayatından duyduğu memnuniyetsizliği açığa çıkartıp onu satın alma yoluna sürüklerken öte yandan kıt kaynaklara erişim de sınırlarını belirleyerek bireyi emeğine yabancılaştıran her şeyi hatırlatan ve ona “ben kimim ki?!” sorusunu sordurarak haddini bildiren bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca onurla ilişkilendiren emek için de şöyle örnek verebiliriz. Nasıl ki zamanında parlak zırları içerisinde soylu şövalyeler, mızrak dövüşünde insanlara kendilerini hayran bıraktırıyorsa, golf oynayan varlıklı ve refah hayat yaşayan insan da aynı şeyi bugünün seyircisine yaşatmaktadır.

Emek, bu dizilerde her zaman aylağı izlemez, bazen de kendini görür. Kendini aylağın yanında, ofis personeli, hizmetçi, şoför olarak görür. Bununla birlikte, iş görenin fazlalığı veya aylağın hayatından kaldırdığı sorumluluk kadar aylağın varlıklı olduğunu da görmektedir. Bu dizilere göre, varyet arttıkça emeği, aylağın hayatında kapladığı yer de artmaktadır. Nasıl ki Ufak Tefek Cinayetler dizisinde sadece ev işlerine yardımcı bir kadın ev hanımının hizmetindeyse, Yasak Elma dizisinde holding sahibi Halit Bey'in güvenlik görevlisinden, şoförüne kadar emeğin, aylağın hayatında kapladığı yer daha fazladır. Varyet arttıkça da emek, aylağın hükümranlılığına girmeye devam etmektedir.

Aylaklığın kaynağı tüm örneklerde görüldüğü üzere bir erkektir. Kimi zaman iş-güç sahibi, kimi zaman eli silah tutan kimi zamansa da tarla-hayvan sahibi. Kadınlar ise çalışma içerisinde nitelendirildiği üzere “mücevher taşıyıcısı” olmaktan öteye

geçememektedir. Erkeklerin başı çektiği aylak yaşantıda kadın lüksün ve varyetinin gösterişçi objesi olarak konumlandırılmıştır. Kadını edilgen kılan bu hayat, her halukarda erkeği üstün ve egemen kılan kadim sistemin artıklarının günümüze ulaşmış halidir. Kadın her haliyle erkeğe güç kazandıran, onun “işlerinin ne kadar iyi gittiğinin göstergesi” ayrıca hayat arkadaşıdır. Ancak bu bağımlı ve konforlu yaşam da kadına zarar vermektedir. Devam eden sistem içerisinde kadının basit rolü, yani aylaklığın devamlılığı için rol oynamaması onu “emir alan” bir konuma getirmiştir. Kaldı ki Yasak Elma dizisinde de gördüğümüz üzere, kolay vazgeçilebilen ve aylak vasıflarını yitirdiğinde de sudan çıkmış balığa dönmeye sebep olan yine kadını sözde pamuklara saran bu sistemdir. Fakat kadınlar da Ufak Tefek Cinayetler’de gördüğümüz üzere bu konumlarından ve refahlarından memnundurlar.

Aylaklık sanayi ve öncesi dönemden farklı olarak artık iş yaşamıyla iç içe geçmiştir. Karakterler gece davetlerde iş konuşur, havuzda iş konuşur vs. Çünkü onların hayatlarını anlamlı kılan ve aylaklıklarının devam etmesini sağlayacak yegane şey işleridir. Bu sebeple işlerine dört elle sarılmışlardır. Belki de artık sınıf olmadıkları için bu geçirgen yapıda konumlarını korumak adına işleri ellerinde olan tek şeydir. Bu sebeple yarı aylağın hayatında iş ile iş dışı hayatın birbirine girdiği rahatlıkla söylenebilir.

Aylaklığı anlama ve çerçevesini çizme amacı güden çalışmada, aylaklığın tarihsel materyalist perspektifte gelişimi takip edilmeye çalışılmıştır. Öncelikle çalışmada aylaklığın muhafazakar bir yapı olduğu kadar öykünülen bir makam olduğunun da altı çizilmiştir. Buna ek olarak, her zaman onun karşısında olan bir yapı olduğundan ve aylaklığın el değiştirdiği bilgisinden yola çıkılarak, Veblen’in kaynaklık ettiği kuramın gelişimi günümüze kadar izlenmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede aylağın karşısındaki emeği görmezden gelmeye özellikle sanayi sonrası kültürel ortamda emeğin gelişimi ve doğru bilinci üretme konusundaki engellerin de üzerinde durulmuştur. Ayrıca medyanın da bu kültürel ortamı nasıl şekillendirdiği ve bireyi atomize hale getirdiği anlatılmaya çalışılmıştır. Görülmektedir ki, aylak sınıf binlerce yıldır vardır. Üstelik daha da güçlenerek ve hatta çeşitlik kazanarak günümüze ulaşmıştır. Ancak emek aylaklıktan daha kadim ve daha yücedir. Bu ilkeyle, çalışmanın da emeğin özgürleşmesinde bir damla olması umulmaktadır.

KAYNAKÇA

Kitaplar

Alatlı, Alev (2010). Batıya Yön Veren Metinler IV: Moderniteye Doğru Kaotik Modern Dünya (1800-1970). İstanbul: İlke Eğitim ve Sağlık Vakfı.

Amin, Samir (2006). Modernite, Demokrasi ve Din – Kültüralizmlerin Eleştirisi. Ankara: Özgür Üniversite Kitaplığı.

Antmen, Ahu (2009). Sanatçılardan Yazılar ve Açıklamalarla 20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar. İstanbul: Sel Yayıncılık.

Appleby, Joyce (2012). Amansız Devrim Kapitalizmin Tarihi, İstanbul: Alfa Yayınları.

Arık Bilal (2011). Kadife Karanlık 2 – Ayna Şövalyeleri. Ed: Barış Çoban. İstanbul: Su Yayınevi.

Aries, Philippe, Georges Duby (2006). Özel Hayatın Tarihi 1 – Roma İmparatorluğundan 1000 Yılına. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları (a).

Aries, Philippe, Georges Duby (2006). Özel Hayatın Tarihi 2 – Feodal Avrupa'dan Rönesans'a. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları (b).

Aries, Philippe, Georges Duby (2006). Özel Hayatın Tarihi 4 – Fransız Devrimi'nden Büyük Savaşa. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları 2006(c).

Aries, Philippe, Georges Duby (2006). Özel Hayatın Tarihi 5 – Birinci Dünya Savaşı'ndan Günümüze. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları (d).

Aristoteles (1975). Politika, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Atan, Yaşar (2011). Akdeniz Mitologyasından Efsaneler. İstanbul: Evrensel Basım Yayın.

Barthes, Roland (1990). Yazı ve Yorum. İstanbul: Metis Yayınları.

Baudelaire, Charles (2013). Modern Hayatın Ressamı. İstanbul: İletişim Yayınları

Baudrillard, Jean (2003). Simülakrlar ve Simülasyon. Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Baudrillard, Jean (2010). Nesnelere Sistemi. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Bauman, Zygmunt (1999). Çalışma, Tüketim ve Yeni Yoksullar. İstanbul: Sarmal Yayınevi.

Bauman, Zygmunt (2003). Yasa Koyucular ile Yorumcular. İstanbul: Metis Yayınları.

Bauman, Zygmunt (2010). Sosyolojik Düşünmek. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Zygmunt (2011). Akışkan Modern Dünyadan 44 Mektup. İstanbul: Habitus Yayıncılık.

Benevolo, Leonardo (1995). Avrupa Tarihinde Kentler, İstanbul: Afa Yayıncılık.

Benjamin, Walter (2012). Son Bakışta Aşk. İstanbul: Metis Yayınları.

Benjamin, Walter (2016) Pasajlar. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Berger, Arthur Asa (2014). Kültür Eleştirisi – Kültürel Kavramlara Giriş. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

- Berman, Marshall (2103). Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor. İstanbul: İletişim Yayınları
- Best, Steven, Douglas Kellner (2016). Postmodern Teori: Eleştirel Soruşturmalar. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bloch, Ernst (2012). Umut İlkesi – Cilt II. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Bloch, Marc (1983). Feodal Toplum. Ankara: Savaş Yayınları.
- Bourdieu, Pierre (1997). Televizyon Üzerine. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bourdieu, Pierre ve Darbel, Alain (2011). Sanat Sevdası – Avrupa Sanat Müzeleri ve Ziyaretçi Kitleleri. İstanbul: Metis Yayınları.
- Braudel, Fernand (1996). Medeniyet ve Kapitalizm. İstanbul: İz Yayıncılık.
- Brown, Bruce (1989). Marks, Freud ve Gündelik Hayatın Eleştirisi. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Burke, Peter (2008). Kültür Tarihi. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları
- Callinicos, Alex (2013). Toplum Kuramı – Tarihsel Bir Bakış. İstanbul: İletişim Yayınları
- Cevizci, Ahmet (2018). Felsefe Tarihi. İstanbul: Say Yayınları.
- Child, Gordon (2006). Kendini Yaratan İnsan. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Coşkun, Ali (2005). Din, Toplum ve Kültür. İstanbul: İz Yayıncılık.
- Coşkun, Mustafa Kemal (2014). Emekçileri Okumak. İstanbul: Evrensel Basım Yayın.
- Croix, G.E.M. de Ste. (2014). Antik Yunan Dünyasında Sınıf Mücadelesi. İstanbul: Yordam Kitap
- Cuche, Denys (2013). Sosyal Bilimlerde Kültür Kavramı. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Çakır, Vedat ve Vesile Çakır (2010). Televizyon Bağımlılığı. Konya: Literatürk.
- Çelenk, Sevilay (2005). Televizyon Temsil Kültür. Ankara: Ütopya Yayınevi
- Çığ, Muazzez İlmiye (2005). Kur'an İncil ve Tevrat'ın Sümer'deki Kökeni. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Danto, Arthur C. (2012). Sıradan Olanın Başkalaşımı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- de La Boetie, Etienne (2011). Gönüllü Kulluk Üzerine Söylev. Ankara: İmge Kitabevi.
- Debord, Guy (1996). Gösteri Toplumu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Deighton, Hilary J. (t.y.) Eski Roma Yaşantısında Bir Gün İstanbul: Homer Kitabevi
- Dellaloğlu, Besim F. (2012) Benjaminia: Dil, Tarih ve Coğrafya. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dellaloğlu, Besim F. (2014). Frankfurt Okulu'nda Sanat ve Toplum. İstanbul: Say Yayınları.
- Dorfman, Ariel, Armand Mattelart. (1977). Emperyalist Kültür Sanayii ve W. Disney. Ankara: Gözlem Yayınları.
- Durning, Alan Thein (1998). Ne Kadarı Yeterli? Tüketim Toplumu ve Dünyanın Geleceği. Ankara: Tübitak-Tema Vakfı Yayınları.
- Eagleton, Terry (1996). İdeoloji. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Eco, Umberto (2014). Ortaçağ – Barbarlar Hıristiyanlar Müslümanlar. İstanbul: Alfa Basım Yayım

- Engels, Friedrich (2005) Ailenin Özel Mülkiyetin ve Devletin Kökeni. Ankara: Sol Yayınları
- Erdoğan, İrfan (2012). Pozitivist Metodoloji ve Ötesi: Araştırma Tasarımları, Niteliksel ve İstatistiksel Yöntemler. Ankara: Erk Yayınları.
- Erdoğan, İrfan ve Alemdar, Korkmaz (2010). Öteki Kuram. İstanbul: Erk Yayınları
- Featherstone, Mike (2013). Postmodernizm ve Tüketim Kültürü. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Febvre, Lucien (1995) Uygarlık, Kapitalizm ve Kapitalistler. İstanbul: İmge Kitabevi
- Fiske, John (2003). İletişim Çalışmalarına Giriş. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Freeman, Charles (1996). Mısır, Yunan ve Roma – Antik Akdeniz Uygarlıkları. Ankara: Dost Kitabevi
- Frolov, Ivan (1991). Felsefe Sözlüğü. İstanbul: Cem Yayınevi
- Fukuyama, Francis (1993). Tarihin Sonu ve Son İnsan. İstanbul: Simavi Yayınları.
- Galeano, Eduardo (2006). Biz Hayır Diyoruz. İstanbul: Metis Yayınları.
- Gay, Peter (2017). Modernizm: Sapkınlığın Cazibesi – Baudelaire'den Beckett'e ve Ötesine. İstanbul: Everest Yayınları.
- Geuss, Raymond (2002). Eleştirel Teori – Habermas ve Frankfurt Okulu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gibbon, Edward (1988). Roma İmparatorluğu'nun Gerileyiş ve Çöküş Tarihi I. İstanbul: Tuba Matbaacılık
- Giddens, Anthony (1999). İleri Toplumların Sınıf Yapısı. İstanbul: Birey Yayıncılık.
- Giddens, Anthony (2010). Kapitalizm ve Modern Sosyal Teori. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Giddens, Antony (1992). Modernliğin Sonuçları. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ginzburg, Carlo (2011). Peynir ve Kurtlar – Bir 16. Yüzyıl Değirmencisinin Evreni. İstanbul: Metis Yayınları.
- Gorki, Maksim (1980). Küçük Burjuva İdeolojisinin Eleştirisi. İstanbul: Ortam Yayınları.
- Gorz, Andre (1986). Elveda Proletarya, İstanbul: Afa Yayınları.
- Gorz, André (2007). İktisadi Aklın Eleştirisi. İstanbul Ayrıntı Yayınları.
- Gottdiener, Mark (2005). Postmodern Göstergeler – Maddi Kültürel ve Postmodern Yaşam Biçimleri. Ankara: İmge Kitabevi.
- Gramsci, Antonio (1967). Aydınlar ve Toplum. İstanbul: Çan Yayınları.
- Güldiken, Nevzat (2015). Çalışma Sosyolojisi, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Güneri Fırlar, F. Belma (2009). Televizyon Ve.... Ed: Bülent Küçükerdoğan. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Habermas, Jurgen (2001). İletişimsel Eylem Kuramı. İstanbul: Kabalcı Yayınevi
- Habermas; Jurgen (2003). Kamusalığın Yapısal Dönüşümü. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Harman, Chris (2009). Halkların Dünya Tarihi. İstanbul: Yordam Kitap.
- Heidel, Alexander (2000). Enüma Eliş – Babil Yaratılış Destanı. Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Hobsbawm, Eric J. (1996). Aşırılık Çağı. İstanbul: Sarmal Yayınevi.

- Hobsbawm, Eric J. (2003). Sanayi ve İmparatorluk. Ankara: Dost Kitabevi.
- Horkheimer, Max, Theodor W. Adorno (1995). Aydınlanmanın Diyalektiği. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Huberman, Leo (2009). Feodal Toplumdan Yirminci Yüzyıla. İstanbul: İletişim Yayınları.
- İncil (1996). İstanbul: Yeni Yaşam Yayınları.
- Jameson, Fredric (2009). Ütopya Denen Arzu. İstanbul: Metis Yayınları.
- Jameson, Fredric (2011). Postmodernizmin Kültürel Mantığı. İstanbul: Nirengi Kitap.
- Jay, Martin (2014). Diyalektik İmgelem – Frankfurt Okulu’nun Tarihi ve Çalışmaları – İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Jusdanis, Gregory (1998). Gecikmiş Modernlik ve Estetik Kültür. İstanbul: Metis Yayınları.
- Kellner, Douglas (2013). Medya Gösterisi. İstanbul: Açılım Kitap.
- Kıvılcımlı, Hikmet (t.y.). Genel Olarak Sosyal Sınıflar ve Partiler. Köxüz Yayınları
- Kıvılcımlı, Hikmet (t.y.). Tarih Devrim Sosyaliz Işığında: İlkel Sosyalizmden Kapitalizme Geçiş – İngiltere. Köxüs Yayınları
- Kojeve, Alexandre (2001). Hegel Felsefesine Giriş. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Köse, Hüseyin (2012). Flanör Düşünce. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kramer, Samuel Noah (1999). Sümer Mitolojisi. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Kropotkin, P.A.(2007). Ekmeğin Fethi. İstanbul: Öteki Yayınevi.
- Kuczynski, Jurgen (1968). İşçi Sınıfı Tarihi. İstanbul: E Yayınları.
- Kumar, Krishan (2013). Sanayi Sonrası Toplumdan Postmodern Topluma Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları. Ankara: Dost Kitabevi.
- Laclau, Ernesto (1987). İdeoloji ve Politika. İstanbul: Belge Yayınları.
- Lafargue, Paul (2015). Tembellik Hakkı – 1848 Çalışma Hakkı’nın Çürütülmesi. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Lefebvre, Georges. (1972). Kapitalizm. İstanbul: Çan Yayınları.
- Lefebvre, Henri (2007). Modern Dünyada Gündelik Hayat. İstanbul: Metis Yayınları.
- Lefebvre, Henri (2012). Gündelik Hayatın Eleştirisi I. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Lefebvre, Henri (2013). Gündelik Hayatın Eleştirisi II: Gündelik Hayat Sosyolojisinin Temelleri. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Lefebvre, Henri (2015). Gündelik Hayatın Eleştirisi III: Moderniteden Modernizme Gündelik Hayatın Meta Felsefesi. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Lukacs, Georg (2004). Marksist İmgelem. İstanbul: Yeni Hayat Yayıncılık.
- Lukacs, György (1998) Tarih ve Sınıf Bilinci. İstanbul: Belge Yayıncılık.
- Lyotard, J.F. (1997). Postmodern Durum – Bilgi Üzerine Bir Rapor. Ankara: Vadi Yayınları.
- Macfarlane, Alan (1993) Kapitalizm Kültürü. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Mandel, Ernst, George Novack (1975) Marksist Yabancılaşma Kuramı. Ankara: Yücel Yayınları.
- Marcuse, Herbert (1990). Tek Boyutlu İnsan. İstanbul: İdea Yayınları.
- Marcuse, Herbert (1991). Karşı Devrim ve Baş Kaldırı. İstanbul: Ara Yayıncılık.
- Marshall, Gordon (2005). Sosyoloji Sözlüğü. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Marx, Karl (2004). Kapital III. Eriş Yayınları.
- Marx, Karl (2003) Kapital I. Eriş Yayınları.

- Marx, Karl (2013). 1844 El Yazmaları. İstanbul: Birikim Yayınları.
- Marx, Karl ve Friedrich Engels (2013). Alman İdeolojisi. İstanbul: Doğa Basın Yayın.
- McQuail, Denis, Sven Windahl (2010). İletişim Modelleri – Kitle İletişim Çalışmalarında. Ankara: İmge Kitabevi.
- Moore Jr, Barrington. (1989). Diktatörlüğün ve Demokrasinin Toplumsal Kökenleri – Çağdaş Dünyanın Yaratılmasında Soylunun ve Köylünün Rolü. Ankara: Verso Yayıncılık.
- Morgan, Lewis Henry (1986). Eski Toplum. İstanbul: Payel Yayınevi.
- Murray, Bookchin (2014). Kentsiz Kentleşme – Yurttaşlığın Yükselişi ve Çöküşü. İstanbul: Sümer Yayıncılık.
- Mutlu, Erol (2005). Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Neuman, W. Lawrence (2017). Toplumsal Araştırma Yöntemleri – 2. Cilt. Ankara: Yayınodası.
- Norman, A. F. (2000). Antioch as a centre of Hellenic culture as observed by Libanius. Liverpool: Liverpool University Press.
- Oskay, Ünsal (2010). Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Öncü, Ayşe ve Petra Weyland (2010). Mekan, Kültür, İktidar – Küreselleşen Kentlerde Yeni Kimlikler. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özsoy, Aydan (2011). Televizyon ve İzleyici – Türkiye’de Dönüşen Televizyon Kültürü ve İzleyici. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Perry, Matt (2002). Marksizm ve Tarih. İstanbul: İletişim Yayınları
- Platon (2001). Devlet. İstanbul: Gün Yayıncılık.
- Plehanov, G. V.(1987). Sanat ve Toplumsal Hayat. İstanbul: Sosyal Yayınlar.
- Politzer, Georges (2010). Felsefenin Temel İlkeleri. Ankara: Sol Yayınları.
- Postman, Neil (2018). Televizyon: Öldüren Eğlence. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Raymond, Aaron (1973). Sınıf Mücadelesi – Sanayi Cemiyeti Üzerine Yeni Dersler. Ankara: Başbakanlık Kültür Müsteşarlığı Kültür Yayınları.
- Raymond, Aaron (1979). Aydınların Afyonu. İstanbul: Tur Yayınları.
- Ritzer, George (2000&2010). Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rousseau, Jean Jacques (1987). Toplum Sözleşmesi. İstanbul: Adam Yayınları.
- Russell, Bertrand (2016). Aylaklığa Övgü. İstanbul: Cem Yayınevi.
- Simmel, Georg (2013). Modern Kültürde Çatışma. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Sormunen, Eino (2011). Martin Luther: Kutsal İnanç Adamı. İstanbul: GDK Yayınları.
- Standing, Guy (2014). Prekarya Yeni Tehlikeli Sınıf. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Stiglitz, Joseph E. (2015). Eşitsizliğin Bedeli. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Strangleman, Tim ve Tracey Warren (2015). Çalışma ve Toplum – Sosyolojik Yaklaşımlar, Temalar ve Yöntemler. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Swain, Dan (2013). Yabancılaşma. İstanbul: Durak İstanbul.
- Şaylan, Gencay (2016). Postmodernizm. Ankara: İmge Kitabevi.
- Şenel, Alaeddin (1970). Eski Yunanda Eşitlik ve Eşitsizlik Üzerine. Ankara: Sevinç Matbaası.

Şenel, Alaeddin (1982). İlkel Topluluktan Uygar Topluma Geçiş Aşamasında Ekonomik Toplumsal, Düşünsel Yapıların Etkileşimi. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Şenel, Alaeddin (2006). İnsanlık Tarihi. Ankara: İmge Kitabevi.

Şenel, Alaeddin (2006). Kemirgenlerden Sömürgenlere İnsanlık Tarihi. Ankara: İmge Kitabevi.

Taylor, Charles (2014). Seküler Çağ. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.

Tevrat (2008). İstanbul: Yeni Yaşam Yayınları.

Timur, Taner (2008). Habermas'ı Okumak. İstanbul: Yordam Kitap.

Turner, Bryan (1997). Eşitlik. Ankara: Dost Kitabevi.

Veblen, Thorstein Bunde (2005). Aylak Sınıfın Teorisi – Kurumların İktisadi İncelemesi. İstanbul: Babil Yayınları.

Wallerstein, Immanuel (2006). Tarihsel Kapitalizm. İstanbul: Metis Yayınları.

Weber, Max (1999). Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhunu. İstanbul: Ayraç Yayınevi.

Weber, Max (2004). Sosyoloji Yazıları. İstanbul: İletişim Yayınları.

Weber, Max (2012). Ekonomi ve Toplum. İstanbul: Yarı Yayınları.

Williams, Raymond (1993). Kültür. Ankara: İmge Kitabevi.

Williams, Raymond (2003). Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim. Ankara: Dost Yayınları.

Witheyford, Nick Dyer (2004). Siber-M@rx. İstanbul: Aykırı Yayıncılık

Wu, Chin-Tao (2005). Kültürün Özelleştirilmesi – 1980'ler Sonrasında Şirketlerin Sanata Müdahalesi. İstanbul: İletişim Yayınları.

Yaylagül, Levent (2010). Kitle İletişim Kuramları – Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar. Ankara: Dipnot Yayınları.

Yazır, Elmalılı Hamdi (2012). Kur'an-ı Kerim Yüce Meali. İstanbul: Merve Yayınları.

Yılmaz, Mehmet (2013). Moderninden Postmoderne Sanat. Ankara: Ütopya yayınları.

Zerzan, John (2013). Gelecekteki İlkel. İstanbul: Kaos Yayınları.

Zizek, Slavoj (2011). Ahir Zamanlarda Yaşarken. İstanbul: Metis Yayınları.

Zizek, Slavoj (2011). Kırılgan Temas. İstanbul: Metis Yayınları.

Zolberg, Vera L. (2013). Bir Sanat Sosyolojisi Oluşturmak. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Doktora Tezleri

Deveci, Akın (2015). Politik Aktörlerin Politik İletilerinde Kolektif Kimliğin Tasarımı Ve Araçsallaştırılması: Dtp-Bdp Politik Aktörlerinin İletilerinin İçerik Analizi, Doktora Tezi, Kocaeli Üniversitesi.

Jensen, Pia Majbritt (2007). Television Format Adaptation in a Trans-National Perspective: An Australian and Danish Case Study, Doktora Tezi, Aarhus University, Danimarka.

Makaleler, Bildiriler ve Diğer Basılı Yayınlar

Applebaum, Herbert (1997). Cogito Dergisi – Çalışmak Yorar, Sayı: 12. İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.

Aydın, Hasan (2006). “Eleştirel Aklın Işığında Postmodernizm, Temel Dayanakları ve Eğitim Felsefesi. Eğitimde Politika Analizleri ve Stratejik Araştırmalar Dergisi, Cilt 1, Sayı 1, 27-48.

Ceylan, Tuncay. (2011). Toplumsal Sistem Analizinde Toplumsal Statü ve Rol. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Sayı: 15 S: 89-104.

Engizek, Nil ve Ahmet Şekeraya (2014). Lüks Markalar ve Taklitleri Arasındaki İlişkinin Teoriler Açısından Değerlendirilmesi. Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 23, Sayı 2, 301-316

Erdoğan, İrfan (2009). Televizyon Reklamlarında Gündelik Hayatın Temsili: Seks ve Çikolata. Bilim ve Ütopya Sayı 179. Mayıs 2009.

Güllüoğlu, Özlem (2012). Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Popüler Kültür Ürünlerini Benimsetme Ve Yayma İşlevi Üzerine Bir Değerlendirme. Global Media Journal. Bahar 2012 Sayısı, Cilt 2 - Sayı 4.

Hira, İsmail, Mustafa Kemal Şan (2003). “Sanayi Sonrası Toplum Kuramları”. II. Ulusal Bilgi-Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Hereke Kocaeli.

Hürmeriç, Pelin, Ece Baban (2012). Simmel, Veblen, Sombart’ın Penceresinden Hedonik Tüketim: Ütopyada Negotium ve Otium. Global Media Journal: 4 s. 87-101.

Iggers, Georg G. (2013). Cogito Dergisi – Tarihyazıcılığı, Sayı: 73. İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.

İnce, Murat (2017). Toplumsal Tabakalaşma ve Eşitsizlik. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. Sayı 19/1 S: 294-319.

Karagöz, Emel (2016). Antropolojiden Medya Antropolojisine Geçişte Kavramsal Çerçeve. Kocaeli: KOSBED, 2016, 32. S: 15 – 34.

Memduhoğlu, Hasan Basri (2007). “Post-fordist Üretim Örgütlenmeleri ve İşgörenler Üzerindeki Etkileri. Üniversite ve Toplum, Cilt 7, Sayı 4.

Mutlu, Erol (2004). Doğu Batı – Popüler Kültür Sayı: 15. Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Narin, Özgür. (2006). Sınıf Çözümlemelerinin Med Cezirleri, Marks, Weber ve Ötesi;

https://www.academia.edu/1499520/S%C4%B1n%C4%B1f_%C3%87%C3%B6z%C3%BCmlemelerinin_Med_Cezirleri_Marks_Weber_ve_%C3%96tesi (8.5.2018).

Netchitailova, Ekaterina (2016). Flaneur, Aylak ve Empatik İşçi, Çev. Filiz Aydoğan, TRT Akademi - Dijital Medya Sayısı, Cilt No: 1, Sayı: 2, Temmuz 2016, ISSN 2149-9446.

Omay, Umut (2008). Boş Zamanın Manipülasyonu ve Çalışma, “İş, Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, Cilt: 10, Sayı: 3, Temmuz 2008.

Öztuna, Barış (2016). “Postmodernizmin Çalışma Biçimlerine Etkisi.” 2th International Congress on Economics and Business, Bosna Hersek: Saraybosna, 984-991.

Saklı, Ali Rıza (2007). “Kapitalist Gelişim Sürecinde Fordizm ve Post-Fordizm <http://ses.org.tr/wp-content/uploads/fordizmpostfordizm.pdf> (23.01.2018).

Senemoğlu, Olkan (2017). Tüketim, Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü: Karşılaştırılmalı Bir Analiz. İnsan&İnsan: Yıl:4 Sayı:12. S: 66-86.

Taşkaya, Merih (2009). ”Kitle İletişim Araçlarında Kadın Bedeninin Nesneleştirilmesi:Ürün ve Marka Fetişizminde Cinsellik Kullanımı” Toplum Bilim: Beden Sosyolojisi Özel Sayısı, Sayı: 24: 121-132, https://www.academia.edu/9930659/K%C4%B0TLE_%C4%B0LET%C4%B0C5

%9E%C4%B0M_ARA%C3%87LARINDA_KADIN_BEDEN%C4%B0N%C4%B0N_NESNELE%C5%9ET%C4%B0R%C4%B0LMES%C4%B0_%C3%9CR%C3%9CN_VE_MARKA_FET%C4%B0%C5%9E%C4%B0ZM%C4%B0NDE_C%C4%B0NSELL%C4%B0K_KULLANIMI, (06.12.2017).

Ulusoy, Hayriye (1988). Sanayi Örgütü İşçileri ve İşe-Yabancılaşma, Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, Cilt: 32, Sayı:1.2, S: 77-84, Ankara, 1988, <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/26/1050/12672.pdf>

Xenophon, Memorabilia: Recollections of Socrates, The University of Adelaide Press, 2014, Book III-XI, <https://ebooks.adelaide.edu.au/x/xenophon/x5me/>

Yıldırım, Murat (2009). Modernizm, Postmodernizm ve Kamu Yönetimi. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, Cilt 6, Sayı 2.

Yıldırım, Murat(2010). “Modernizm, Postmodernizm ve Kamu Yönetimi”. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, Cilt: 7, Sayı: 1: 703-719, <https://www.j-humansciences.com/ojs/index.php/IJHS/article/viewFile/803/511>

Elektronik Kaynakça

<http://psd.museum.upenn.edu/epsd1/nepsd-frame.html>

http://www.bulgari-istoria-2010.com/Rechnici/Sumerian_Dictionary.pdf

<http://www.christianitytoday.com/history/issues/issue-89/original-puritan-work-ethic.html> (01.05.2017)

<http://www.etimolojiturkce.com/kelime/amel>

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GT.S.58f4602e4c9320.50970948

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GT.S.585791965a97f2.89627844

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GT.S.59b8fa7d34d800.68478471

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GT.S.59b8fa7d34d800.68478471

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GT.S.5ae213564a1005.57812658

<http://www.universite-toplum.org/text.php3?id=335>

<https://gizmodo.com/375227/david-beckham-gets-a-gold-ipod-touch>

https://www.academia.edu/6333561/Sanayi_Sonras%C4%B1_Toplum_Kuramlar%C4%B1

<https://www.etymonline.com/word/alienation>

Saklı, Ali Rıza, Kapitalist Gelişim Sürecinde Fordizm ve Post-Fordizm, <http://ses.org.tr/wp-content/uploads/fordizmpostfordizm.pdf>