

Yayın Geliş Tarihi: 30.11.2011
Yayına Kabul Tarihi: 20.03.2012
Online Yayın Tarihi: 06.07.2012

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 14, Sayı: 2, Yıl: 2012, Sayfa: 125-144
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

“MODERNLİĞİN ARKA YÜZÜ” OLARAK GÜNDELİK HAYAT: AŞKI MEMNU

Zehra YİĞİT*

Özet

Modernleşme sonrası kapitalist toplumlarda ‘gündelik’ kelimesinin içine kapitalist sistemin stratejilerini de aldığı saptanmaktadır. Günümüzde TV, kapitalist sistemin ve zihniyetin yayılmasında etkili bir araç olarak önem taşımaktadır. Çalışmada bir ideoloji aracı olarak gündelik yaşam eleştirisi, diziler üzerinden yapılmaya çalışılmaktadır. Makalenin örneklemini Aşk-ı Memnu (Hilal Saral–2008/2010) dizisi oluşturmaktadır. Çalışmada dizisel anlatımdaki gündelik yaşam pratiklerini, sosyolojik eleştiri yöntemi ile ortaya çıkartmak amaçlanmaktadır. Neo-Marksist kuramcılar Henri Lefebvre, Michel de Certeau ve Michel Foucault’nun sistem, iktidar ve gündelik yaşama dair düşünceleri makalenin kuramsal temelini oluşturmaktadır. Çalışma gündelik yaşam üzerinden bir sistem analizi yapmaya çalışılmaktadır. Sonuç olarak, Aşk-ı Memnu üst ve alt sınıfa ait gündelik yaşam pratiklerini bir meta olarak ekranlara taşımakta, diğer yandan kendisini de bir tüketim nesnesine dönüştürerek kapitalizme hizmet etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gündelik Yaşam, Henri Lefebvre, Michel De Certeau, Aşk-ı Memnu, Televizyon Dizisi.

DAILY LIFE AS "THE REVERSE SIDE OF MODERNITY": AŞK-I MEMNU

Abstract

It is stated that the word "daily" includes the strategies of capitalist system in the post- modern capitalist societies. Mass media has an important role in spreading of the mindset. This study aims to provide a critique of daily life as an ideological instrument through an analysis of the series. The sample of the study is Aşk-ı Memnu (Hilal Saral-2008/2010). It is aimed to reveal the daily life practices in the series narration through sociological criticism. The arguments of Neo-Marxist theorists Henri Lefebvre, Michel de Certeau ve Michel Foucault about daily life constitutes the theoretical basis. Aşk-ı Memnu reflects the daily life practice of lower and upper classes as a meta; on the other hand, it contributes to capitalism by converting even itself into an object for consumption.

Keywords: Daily Life, Henri Lefebvre, Michel De Certeau, Aşk-I Memnu, TV Series.

* Yrd. Doç. Dr., Akdeniz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Sinema-TV Bölümü, zehrayigit@akdeniz.edu.tr

GİRİŞ

Modern kapitalizmin en temel amacı kar elde etmektir, böylece daha da büyüyerek elindeki güce/iktidara sahip olmaya devam edecektir. Bu amaçla kapitalizm, sistemle uyumlu, kendisine hizmet eden, manipüle edilmiş bireyler yaratmaktadır. Bu noktada da küreselleşme ve tüketim toplumu, bireye hizmet eder gibi gösterilmekte ancak gerçeklikte tüm bunlar sisteme ve onun devamlılığına hizmet etmektedir. Kapitalist toplumlarda her şey gibi bireyin de metaya dönüştürüldüğü, gündelik yaşamın da kurgulanan, empoze edilen, satılan bir nesne haline geldiği saptanmaktadır. Bu bağlamda Léfebvre, gündelik kavramının bir *programlama nesnesi* olarak dayatıldığını ifade etmektedir. Foucault, gündelik yaşamın *kontrol ve denetim* altına alındığını belirtmektedir. De Certeau, gündelik hayata dair *strateji* ve *taktik* kavramlarından faydalanmaktadır. Çalışmada ilk olarak yukarıda bahsedilen kuramsal temel özetlenecektir.

Güncel yaşamda tüm televizyon kanallarını hakimiyeti altına alan diziler, farklı sınıfların kurgulanmış gündelik yaşamlarını ekranlara getirmekte, böylece izler kitleye empati kurabilecekleri gündelik yaşam örnekleri sunmaktadır. Kapitalizmin kendi stratejisine uygun olarak kurguladığı gündelik yaşam, kitle iletişim araçları ile farklı sınıflara, değişik stratejilerle empoze edilmektedir. Gündelik yaşam ve medya (daha özeldir televizyon dizileri) ilişkisi noktasında Neo-Marksist kuramcılarının çalışmaları, makale için önem arz etmektedir. Althusser'in *İdeoloji*, Gramsci'nin *Hegemonya*, Hall'un *Kültürel Çalışmaları*, Frankfurt Okulu'nun *Kültür Endüstrisi* kavramları makalenin dayandığı kuramsal dayanaklar içerisinde yer almaktadır. Çalışma bu kuramsal bağlamda televizyon dizilerine yansıyan gündelik yaşamla beraber izleyiciye empati ve katharsis yoluyla önerilen gündelik yaşam pratiklerinin neler olduğunu inceleyecektir. İkinci bölümde dizilerden örnekler verilerek, sistemle uyumlu bireylerin oluşturulma süreci alt metinlerde okunmaya çalışılacaktır.

2008-2010 yılları arasında prime time kuşağının en çok izlenen dizisi olması dolayısıyla örnekleme olarak seçilen *Aşk-ı Memnu* dizisi, makalede analiz edilecektir. Çalışma yaklaşık iki yıl boyunca ekranlara gelen dizinin alt metninde sunulan gündelik yaşam pratiklerini ortaya çıkarmaya ve dolayısıyla bir sistem analizi yapmaya çalışmaktadır. Dizisel anlatının temelindeki üst sınıfa ait gündelik yaşam, stratejiler, tüketme arzusu ve üst sınıf tarafından ötekileştirilen alt sınıfa ait gündelik yaşam ile onların direniş biçimi olarak taktikler yine dizisel anlatı özelinde tartışılacaktır. Taktik ve strateji kavramları De Certeau'nun kullandığı şekli ile çalışmada kullanılmaktadır.

Makale, dizisel anlatıdaki gündelik yaşam pratiklerini, sosyolojik eleştiri yöntemi ile ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. "*Sosyolojik eleştiri anlayışının temelinde filmlerin sınıf, ırk, cinsiyet ya da ulus gibi eksenler etrafında değerlendirilmesi bulunmaktadır*" (Özden, 2000: 131). Dolayısıyla öznel estetik değerler yerine toplumların sosyolojik koşulları analizin temelinde konulmaktadır. Gündelik yaşam, *Yaşam Tarzı Boyutları* tablosunda belirlenen aktivitelere göre

incelenecektir. Tablonun alt başlıklarında; iş, hobiler, sosyal etkinlikler, tatil, siyasi faaliyetler, kulüp üyelikleri, topluluk, alışveriş ve spor bulunmaktadır (bkz: Gündelik Hayat bölümü).

Çalışmada bir noktaya daha değinmek önem taşımaktadır. “*Hermann Broch'un ifadesiyle, dönemin evrensel gündelik hayatı modernliğin arka yüzüdür, zamanın ruhudur*” (akt. Léfebvre, 2007: 36). Dolayısıyla Türkiye'nin modernleşme/ modernleşememe süreci de gündelik yaşam eleştirisinde önem teşkil etmektedir. Tam ve bütüncül bir modernleşme sürecini henüz tamamlamamış Türkiye toplumunun gündelik yaşamı da tam ve bütüncül durumda bulunmamakta, Türkiye'de ve hatta aynı şehir içerisinde farklı, Deniz Kandiyoti'nin saptaması ile ifade edilirse ‘parçalı’, gündelik yaşamın görüntüleri ile karşılaşmak mümkün olmaktadır. Bu yüzden çalışma *Aşk-ı Memnu* dizisi dolayısıyla, İstanbul'da yaşayanların gündelik yaşamına eğilmektedir. Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülkenin Batısı ile Doğusu, kenti ile kırsalı, alt sınıfı ile üst sınıfı arasında farklılaşmış gündelik yaşam algısı olduğu da çalışmada dikkat edilen bir diğer noktadır.

GÜNDELİK HAYAT KAVRAMI

Gündelik kelimesi, temelde bir rutine gönderme yapmaktadır. Yani “*gündelik derken her gün olan düşünül[mektedir]*” (Cantek, 2008: 14). Dolayısıyla kavram bir sıradanlığı, aynılığı ve değişmez olanı işaret etmektedir. “*‘Gündelik olan’ bilebildiğimiz bütün toplumlarda insan soyunun varlığını sürdürmek için geliştirdiği etkinliklerden oluşur: yeme, içme, barınma, üretme, güvenlik, soyun yeniden üretimi gibi basit insani gereksinimleri karşılamak üzere yapılan tüm etkinlikler ‘gündelik’ rutinlerin, yığılmış bilgilerin, ritüellerin, toplumsal işbölümünün arasına dağılmış bir yığın işi kapsar*” (Şahin ve Balta, 2001: 185). Ev hayatı ve onun dekorasyonu, iş yaşamı, tatil, alışveriş, beslenme tarzı, zamanın kullanımı, boş vakit eğlenceleri, nesnelere, nesnelere kullanımı, vb. gibi düzenli olarak yapılan bu eylemlerin tamamı ve daha fazlası gündeliktir.

21. yüzyıl başından itibaren gündelik yaşam üzerine sosyal bilimlerin hemen hemen her dalında çalışmalar yapıldığı bilinmektedir. Marshall, gündelik yaşam sosyolojisinin oldukça geniş kuramsal bir alanı kapsadığını ifade etmektedir. Farklı bakış açıları ile gündelik yaşam sosyolojisi üzerine çalışan Jack Douglas, Patricia A. Adler, Andrew Weigert, Erving Goffman, Harold Garfinkel, Alfred Schutz, Thomas Luckmann, Michel De Certeau, Henri Léfebvre gibi önemli kuramcılar bulunmaktadır (Marshall, 2003: 288). Çalışma, Neo-Marksist kuramcı Léfebvre diğer yandan Foucault ve De Certeau'nun kuramsal çalışmalarını temel almaktadır.

Léfebvre, kapitalist toplumlarda dinamiklerin yalnızca ekonomi ve siyaset üzerinden gitmediğini, bunların yanında gündelik yaşamın da eleştirel olarak çözümlenerek ortaya konulması gerektiğini ileri sürmektedir. Çünkü Léfebvre'e

göre gündelik yaşam, sadece bir rutini değil bilakis bu rutinin arkasındaki yapıyı işaret etmektedir. Zayani'ye (<http://tek.bke.hu/~tdombos/babel/lefebvre.pdf>, 1999: 3) göre daha iyi nasıl yaşanılacağı, diyetle ne yenileceği, hangi giysinin moda olacağı, evin dekorasyonu yani kısaca nasıl var olunacağı sistem tarafından düzenlenmektedir. Kısacası gündelik yaşam tamamen manipüle edilmiş durumdadır. Léfèbvre (2007: 40) gündelik olanı küreselleşme, iktidar ve kültürün (veya kültürün çözülmesinin) içine yerleştirmektedir. Planlanan, kurgulanan, denetim ve gözetim altına alınan birey ve onun gündelik yaşamı, kapitalizm için ideal bir nesne durumundadır. Sistem, gündelik olanı kendi amaç ve çıkarlarına uygun olarak saptamakta, onu ikna yolunu kullanarak bireye dayatmaktadır. Birey, kendisinin talep ettiğini sandığı şeyi, tüketmek zorunda kalmaktadır. Manipüle, çoğunlukla örtük ve bilinçaltına yönelik yapılmaktadır.

Léfèbvre'in düşünceleri modern iktidar biçimlerini tanımlayan Foucault ile pek çok noktada örtüşmektedir. Foucault, bu yeni iktidarın her yerde olduğu tezini ileri sürmektedir. Foucault'ya göre "*birey iktidarın bir etmenidir ve aynı zamanda, bir etmeni olduğu ölçüde de onun aracısıdır: iktidar, oluşturduğu bireyden geçiş yapar*" (Foucault, 2001: 43). Modern toplumlarda birey ve bedeni gözetim altında tutulmaktadır. Teknolojik değişimle beraber geleneksel devlette var olmayan gözetim ve denetim teknikleri, modern devlet için ulaşılabilir durumda bulunmaktadır. Dolayısıyla iktidarın şekil değiştirmesi, insanların özgürmüş yanılması ile iktidarın belirlediği yaşam tarzlarını yaşamak durumunda bırakılmaları, modern topluma ait iktidar mekanizması olarak saptanmaktadır.

De Certeau gündelik yaşam pratiklerini tanımlarken; bu pratiklerin öncelikle çeşitli biçimlerde gizlendiğini, ikinci olarak hem heterojen (tekil ve çoğul) hem de kapsamlı olduğunu ifade etmektedir. Üçüncü olarak bu pratiklerin aldatıcı ve kurnaz olduğunu, son olarak da inatçı ve kalıcı olduğunu saptamaktadır (Highmore, 2006: 108). De Certeau'ya göre; sistemin bireyleri ve toplumları aynılaştırma ve metaya dönüştürme amacı, gündelik yaşamın içine çeşitli stratejilerle dahil edilmektedir. Bireyler bir tür (örtük ya da açık) manipülasyonun baskısı altında kalmaktadırlar. De Certeau'ya göre strateji; "*güçler arasındaki ilişkilerin ancak bir istek ya da erk öznesinin (işletme, ordu, kent, bilimsel kurum) yahtılabilir olduğu anda gerçekleştirilebileceği oyun ya da hesaplaşmadır (ya da manipülasyondur)*" (Certeau, 2009: 112). De Certeau ile Léfèbvre arasında en önemli fark, Léfèbvre'in gündelik yaşamın manipülatif etkisini tanımlamasına karşın, De Certeau'nun, bu manipülatif etkiye inanmaması olarak saptanmaktadır. De Certeau'ya göre sıradan insan, bu etkiyi istenilen şekilde değil de kendi istediği şekilde değiştirmektedir. Dolayısıyla De Certeau, en temelde, iktidara karşı direnişin/kural ihlallerinin kimler tarafından ve nasıl gerçekleştirildiği ile ilgilenmektedir. Zira De Certeau'ya göre sıradan insan, özneliğini korumak ve nesneye dönüşmemek için sistem tarafından uygulanan stratejilere karşı tepki vermekte, taktikler üretmektedir.

De Certeau stratejik koşullar içerisindeki taktiğin tanımının savaş analogisine kadar uzandığını ifade etmekte, ancak bu sefer gerilla mücadelesine benzer şekilde yönetildiğini saptamaktadır. Bu mücadelenin ise gizlilik, maske, sürpriz, oyun, zekâ, blöf gibi yaratıcı olanakları olduğunu belirtmektedir (Highmore, 2002: 159). Sıradan insanlar yukarıdan uygulanan kuralları kendilerine mal etmekte, koşulları kendi isteklerine uygun olarak şekillendirmekte, durumu idare etmektedirler. Bir nefsi müdafaa olan taktikler, kısmi başarılar ile sonuçlanmaktadır. Zira taktik, iktidardan yoksundur ve “*zayıfın sanatıdır*” (Certeau, 2009: 114). Bu yüzden zayıf direnebilmek için yeni yollara ihtiyaç duymakta, olaylara kendi yorumunu katmaktadır.

Türkiye ve gündelik yaşam ilişkisinde değinilmesi gereken önemli bir nokta da gündelik yaşam pratiklerinin modern olan ve modern olmayan toplumlarda farklılaştığıdır. Türkiye yapısı itibariyle modernleşmekte olan bir ülkedir. Dolayısıyla Türkiye'nin gündelik yaşam pratikleri, kendi modernleşmesinde geldiği yolu göstermektedir. Diğer yandan 1980'li yıllarda başlayan liberal politikalar sonrası Türkiye'de geç kapitalizmin görüldüğü ve hatta toplumun vahşi kapitalizmi yaşadığı saptanmaktadır. Türkiye'deki kapitalist zihniyetin ya da tüketim kültürünün Batı'nın egemenliğini pekiştirdiği, sömürgeciliğin artık toprakla değil de kültür emperyalizmi ile yapıldığı görülmektedir. Türkiye'nin gündelik yaşamı da toplumsal yapısındaki değişimlerle beraber farklılaşmakta, diğer yandan sistemin dayattığı tüketim kalıplarına uygun olarak değişmektedir.

Kapitalist toplumlarda kültür, sistem tarafından üretilen bir hegemonya aracıdır. Küreselleşen dünyada kültür emperyalizmi de onun aracı olarak medya ve dolayısıyla medya emperyalizmi de sisteme hizmet etmektedir. “*Kültür emperyalizmi tezine göre; gelişmiş kapitalist toplumlarda üretilen ve yayılan kültürel ürünlerde, medyanın doğasında var olan ideolojik kültürel bir çerçeve sürekli kurulmaktadır ki, uluslararası iletişim, gelişmiş ülkelerin uluslararası çıkarlarına ve güçlerini arttırmalarına yardımcı olmaktadır. Özellikle de ABD'nin küresel, askeri, ekonomik, politik üstünlüğüne hizmet eden bir araç olarak görülmektedir*” (Önür, 2002: 159). Kapitalist toplumlarda gündelik yaşam tüketim üzerine kurulmaktadır. Tüketim toplumu her şeyin ticarileştiği, üyelerin en başta tüketici rolünü üstlendiği, sistemin de bunu emrettiği toplumlardır. Türkiye henüz Batılı ölçülerde bir tüketim toplumu değildir. Ancak kapitalist bir piyasaya aracılık eden tüketim kültürü tüm dünyaya yayılmakta, yalnızca modernleşmiş, gelişmiş ülkelere değil gelişmemiş, yoksul ülkelere dahi tüketmelerini, tüketerek özne olmalarını salık vermektedir. Birey, sürekli bir satın alma ve tüketme eğilimi ile sisteme hizmet etmektedir. Türkiye'de, kitle iletişim araçları ile ve daha özelden bazı diziler aracılığı ile izler kitleye tüketmeleri ve tüketerek sisteme hizmet etmeleri dayatılmaktadır.

Gündelik yaşam pratiklerinin empoze edilmesi noktasında bu pratiklerin, bireylerin yaşam tarzlarını belirleyici özelliği kullanılmakta, gündelik yaşam bir

rekabet alanına dönüştürülmektedir. Dolayısıyla gündelik yaşam, ideolojinin alenileştiği bir alan olarak farklı sınıflar, eğitim ve statüdeki bireyler tarafından farklı şekillerde sahiplenilmekte, gündelik yaşam pratikleri bireylerin kimliğinin, sınıfının ve statüsünün tanımlayıcısı haline dönüşmektedir. “*Tipik olarak, yaşama şekli kavramı, (...) paylaşılan standartlar, ritüeller, toplumsal düzen kalıpları ve belki de farklı bir diyalekt ve konuşma topluluğu biçimindeki özelliklerle sergilenir*” (Chaney, 1999: 103). McCarty ve Perreault’nun yaşam tarzı boyutları tahlili aşağıdaki gibidir. Bu başlıklar *Aşkî Memnu*’nun dizisel anlatısının incelenmesinde referans niteliği taşımaktadır.

Tablo: Yaşam Tarzı Boyutları

AKTİVİTELER	İLGİ ALANLARI	GÖRÜŞLER	DEMOGRAFİK
İş	Aile	Bireysel	Yaş
Hobiler	Ev	Sosyal Yayınlar	Eğitim
Sosyal Etkinlikler	Meslek	Politika	Gelir
Tatil	Toplum	İş	Meslek
Siyasi Faaliyetler	Eğlence	Ekonomi	Aile Yapısı
Kulüp Üyelikleri	Moda	Eğitim	İkametgah
Topluluk	Gıda	Ürünler	Coğrafya
Alışveriş	Medya	Gelecek	Şehir Yapısı
Spor	Başarılar	Kültür	Yaşam Eğrisindeki Aşama

Kaynak: McCarthy, J. ve Perreault, W. D. (1987). Basic marketing, 9. Baskı, Irwin, Illinois s.179.’den akt. Erdal, M. (2001), Yaşam tarzı analizi ve psikografik, Pazarlama Dünyası, 15 (89): 36-42.

David Chaney’in de saptadığı gibi sistem tarafından dayatılan gündelik yaşam pratikleri, sınıflara farklı stratejilerle dayatılmakta, genellendiğinde üst sınıflarda, alt sınıflardan ayrılmaya eğilimi ile kendisini göstermekte; alt sınıflarda ise üst sınıflardan farklılıklarını yok etmek gibi bir taktikle tüketilmektedir. Sınıfları belirleyen en temel özellik, üretim ve elde edilen gelirle ilgili olduğu kadar, günümüzde artan bir şekilde tüketim kültüründe bu gelirin nasıl kullanıldığı ile de ilintilidir. Esasen modern toplumlarda, arkaik toplumlara ait gösterişe yönelik israf başka bir görünümle de olsa sürdürülmektedir. Şöyle ki; “*hayat tarzının birincil olarak nitelendirilebilecek unsurlarda birbirine yakın bir standart oluşturma, sınıflar arası hareketlilik ve hareketlilik içinde statünün gösterişe yönelik tüketim mallarıyla elde edileceğine olan güven ile yakından alakalıdır*” (Barbarosoğlu, 2004: 78). Sınıf atlamak isteyen birey, bir üst sınıfın tüketim düzeyini yakalamak durumunda kalmakta, diğer yandan sistem tarafından üretilen kültürel kodlara da uymak zorundadır.

Metinde daha önce de ifade edildiği gibi Türkiye’de modernleşmenin tam ve bütüncül olmayışı dolayısıyla, Türkiyelinin gündelik yaşamının da ‘parçalı’ olduğu saptanmaktadır. Günümüzde gündelik yaşam politikalarının 1980’li yıllardan beri topluma pompalanan liberal ekonomi politikaları ile ilintili olduğu görülmektedir. Ayata’ya göre küreselleşme hızındaki orantısızlık ve küreselleşmeden payını alma noktasındaki eşitsizlikler, sınıflar arasında çatışma yaratmaktadır. Ayata, Türkiye’deki farklı toplumsal sınıfların, kendilerini diğer

sınıflardan ‘ötekileştirme’ yolu ile bu yüzden ayırdıklarını saptamaktadır (Ayata, 2005: 38). Dolayısıyla üst sınıf kendisini diğer sınıflardan ayırma ve kimliğini tanımlama çabası içerisine girmekte iken, alt sınıf ise Certeau’nun tanımı ile taktikler üretmekte; örneğin son derece pahalı, moda ürünler yerine Çin, Tayvan malı taklit ürünleri kullanma yolunu seçmektedir. Böylece aslına tüketemeyen alt sınıf, gerçeğe benzeyeni tüketerek kendisini nesne olmaktan kurtarmakta, özneliğini korumaktadır. Diğer yandan üst sınıfın eğlence anlayışı disko, davet, kutlamaların yerini alt sınıf için düğünler, günlerde kadın eğlenceleri ya da kafe/kahvehane kültürü almaktadır. Birey, popüler bir eğlence aracı olan televizyon aracılığı ile de sistemin onayladığı gündelik yaşam pratiklerini öğrenmekte, örneğin alt sınıfta ise üst sınıf gündelik yaşam pratikleri yerine neyi ikame edeceği ile ilgili olarak televizyon onlara yol gösterici olmaktadır.

TELEVİZYON VE GÜNDELİK YAŞAM TARZI

Kültür emperyalizminde medyanın manipüle gücü, bireyleri ve toplumları bir tür medya emperyalizmi altında tutmaktadır. “*Medya emperyalizmi iddialarını hem savunuların, hem de bunlara karşı çıkanların paylaştığı bir varsayım vardır ki bu da medyanın kültürel süreçlerin merkezinde yer aldığı ve kültürel tahakküm konularının bu nedenle medya tahakkümüne dönüştüğüdür*” (Tomlinson, 1999: 95). Çalışmada kültürel emperyalizm, kapitalizmin yayılmasına bağlanmaktadır ki bu noktada Neo-Marksist düşünürlerin kuramlarından beslenilmektedir.

Medyanın bir araç olarak emperyalizme hizmeti düşüncesinin kökenlerinin Karl Marx’a kadar götürülmesi mümkündür. Marx’a göre devlet, iktidarı elinde tutan sınıfın bu durumu sürdürebilmek için diğer toplumsal sınıflar üzerinde uyguladığı baskı aracıdır. Bu anlayışta devlet aygıtının kapsamına hükümet, yönetim, ordu, polis, mahkemeler, hapishaneler, vb. girmektedir. Althusser, Marx’ın tanımladığı zor kullanarak ilerleyen *devletin aygıtlarının* karşısına *devletin ideolojik aygıtlarını* koymaktadır. Baskı aygıtları kamu alanındayken DİA daha çok özel alanda olan ideolojiyi kullanarak işleyen din, eğitim, aile, hukuk, siyaset, sendika, iletişim araçları (basın, radyo, TV, vs.), kültürel öğeler (edebiyat, spor, güzel sanatlar, vb.) olarak sıralanmaktadır (Althusser, 1994: 34). Gramsci, Marx’la paralel düşüncelere sahip olan Weber’in düşüncelerinden hareketle “*egemen sınıfın üstünlüğünü sürdürmek için çoğunlukla güç kullanmak zorunda kalmayışını düşüncesinin merkezine yerleştir[mektedir]*” (McLellan, 1999: 48). Burjuvazi, ideolojik ve kültürel bir hegemonya uygulamakta, dolayısıyla zor kullanmaya ihtiyaç hissetmemekte, bu durum da proleter devrimini olanaksız kılmaktadır.

İletişim araçlarını kültürel ve ideolojik aygıt olarak gören yaklaşımlardan bir diğeri de Frankfurt Okulu’na aittir. Frankfurt Okulu mensupları (Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Theodor W. Adorno, Walter Benjamin, Erich Fromm), modernleşmenin ikincil bir yorumunu yapmaktalar ve kapitalist sistemin, kültürü de bu sistemin ticari mantığına uygun olarak biçimlendirdiğini, kültür endüstrisi içerisinde her şeyin metalaştığını saptamaktadırlar. “*Tüm dallarda,*

kitleler tarafından tüketilmeye uygun olan ve bu tüketimi büyük ölçüde belirleyen ürünler, az çok planlı bir şekilde üretilmektedir” (Adorno, 2009: 109). Kapitalizm, küreselleşme ve tüketim toplumu üzerinden yapılacak bir eleştiriye, kültür kavramı da dâhil edilmelidir. Marx, kültürü bir üst yapı kurumu olarak değerlendirmekteyken Frankfurt Okulu Kültür Endüstrisi kavramını ekleyerek, kültürün egemen sınıflar tarafından üretilen bir hegemonya aracı olduğunu tespit etmektedir. Bu noktada Kültürel Çalışmaların da saptamaları önem kazanmaktadır. “İngiliz Kültürel İncelemeler geleneği (...) disiplinlerarası bir yaklaşımla sınıf mücadelelerinin, tahakkümün ve toplumsal eşitsizliklerin, ideolojinin ve direnişin yeniden üretildiği bir alan olarak başta İngiltere olmak üzere çağdaş kapitalist toplumlarda kültürün incelenmesi ile uğraşır” (Yaylagül, 2008: 112). Bu gelenek, özellikle son döneminde popüler kültür, kitle kültürü ve gündelik yaşamın kültürünü araştırmaktadır. İngiliz Kültürel İncelemeler geleneği içerisindeki önemli düşünür Stuart Hall’a göre; “medya, mesajların üretilmesi, karmaşık söylemlerde düzenlenmiş göstergelerin üretilmesi için (simgesel ‘mal’) toplumsal, ekonomik ve teknik olarak örgütlenmiş aygıtlardır” (Hall, 1999: 236). Hall’a göre medya, metinleri aracılığıyla kapitalist ideolojiyi ve onlara ait hegemonyayı yeniden yaratmaktadır.

Michel Foucault da bilgi, strateji gibi kavramlardan yola çıkarak, modern toplumlarda yeni iktidar biçimlerini tanımlamaktadır. Foucault’ya göre eğitim, sağlık, nüfus gibi yapılar, modern bilgi/iktidar ilişkisinin temelinde yer almaktadır. Foucault bu yeni iktidarı biyo-iktidar olarak tanımlamakta, bu iktidarın işlediği alanlardan biri olarak, hatta bir araç ve nesne olarak da, gündelik yaşam ve bedeni örnek vermektedir. Kapitalizm, metaları olduğu kadar insanı ve duyguları da kendi amacına uygun olarak kullanmakta, her şeyi kendisine hizmet edecek bir metaya dönüştürmektedir. Gündelik yaşam da bu dönüştürülen alanlardan biri olarak kapitalizme, tüketim kültürüne, dolayısıyla küresel düzene hizmet etmektedir. Foucault’nun da ifade ettiği gibi iktidar, artık her yerde bulunmakta, bireyi çepeçevre kuşatmakta, insan hayatını “düzenleştirici” bir etki içerisinde, kontrol etmektedir. Léfèbvre’a göre gündelik hayat kapitalizm için yaratılmış bir sektördür. Günlük hayatı kontrol altına alınan izleyici, pasif birer tüketiciye dönüşmekte, kapitalist amaçlara uygun olarak seyircinin yaşamına dair her öge kontrol ve denetim altına alınmaktadır.

Türkiye, ABD’den sonra dünyada ikinci televizyon izleme oranına sahip ülke durumunda bulunmaktadır. RTÜK’ün 2009 yılında yayımladığı Televizyon İzleme Eğilimleri 2 Araştırması’nın sonuçlarına göre; Televizyon programlarının izlenme sıklığı verilerine bakıldığında yerli dizilerin izlenme oranı; % 86,2’dir (RTÜK, 2009). Türkiye’de henüz televizyon okuryazarlığının gelişmediği dolayısıyla ülkenin insanların televizyonun manipüle etkisine açık oldukları bilinmektedir. Televizyon dizileri aracılığıyla, gündelik algı dünyasının aynısı tekrar üretilmektedir. İzleyici gerçek dünya ile dizilerde kurgulanan dünyayı özdeşleştirmekte, özdeşleşme, hedef kitlenin bu yapay dünyaya karşı savunmasız kalmasını ve TV’de sunulan her şeyi zihinsel süreçten geçirmeden kabul etmesini

sağlamaktadır. Yıllardır dizilerle beslenen izleyici, zaten sorgulamama/eleştirmeme üzerine kurulu bu sisteme uyum sağlamaktadır. Kapitalizm diziler üzerinden de kendisini yeniden üretmektedir. Bu bağlamda Türkiye’de yayınlanan diziler ve bu dizilerin anlatılarında kurgulanan gündelik yaşamın, alt ve üst sınıflar arasında üretilen taktik ve strateji bağlamında incelenmesi önem taşımaktadır.

Türkiye’de ülkeye ilk olarak giren ithal dizilerden sonra Türkiyenin kendi dizilerini yazmaya ve çekmeye başladığı bilinmektedir. *Bizimkiler*, *Süper Baba*, *Mahallenin Muhtarları* birlik, beraberlik, güven, huzur gibi pozitif mesajlar ileten dizilerdendir. Bu dizilerin anlatılarında, daha çok alt ya da orta sınıfa mensup kişilerin geçim sıkıntılarına odaklanılmaktadır. Türkiyenin modernleşme sürecinde bir savunma mekanizması olarak kendisine dönmesi, bir tür reflektir; dolayısıyla dizilerin hedef kitlesi için biz olmak bu dizilerdeki yardımsever mahallelinin sıkı ilişkilerine ve mutluluklarına odaklanılmakla gerçekleşmektedir.

Asmalı Konak, *Melekler Adası*, *Bir İstanbul Masalı*, *Aliye*, *Binbir Gece*, *Annem*, *Yaprak Dökümü*, *Ezel*, *Aşk-ı Memnu*, *Küçük Sırlar*, *Ay Tutulması*, *Kuzey Güney* gibi son dönem dizileri, anlatılarının merkezine çoğunlukla egemen sınıfı oturtmakta, alt ya da orta sınıftan karakterlerin hikâyeleri anlatıldığı takdirde ise bu karakterler çoğunlukla egemen sınıfın içine çekilmekte, böylece üst sınıf da anlatıya dâhil edilmektedir. Örneğin *Adını Feriha Koydum* adlı dizi, alt sınıftan kapıcı kızı Feriha’nın üst sınıftan Emir ile yaşadıkları aşk hikâyesini anlatmaktadır. Emir, ailesi ve arkadaşları, diğer dizilerle benzer şekilde, devasal yaşam alanları, son model, pahalı arabaları/tekneleri/uçakları, gittikleri özel üniversiteleri, markalı giysileri, eğlence yaşamları, yurtdışı tatilleri, vs. ile tüketim toplumunun önemli temsilcileri durumunda bulunmaktadırlar. Dizide alt sınıfı temsil eden Halil, izleyici için itici bir karakter olarak çizilmekte, onun karşısındaki Emir, üst sınıfı temsil eden karakterlerden biri olarak hem fiziksel anlamdaki olumlu özellikleri hem de karakter yapısına ait olumlu özellikleri ile tanımlanmakta ve seyircinin sempatisini toplamaktadır. Dizinin karakterlerinden Feriha ise anlatı boyunca, alt sınıfın temsilcisi olarak üst sınıftan biri olmanın kurallarını öğrenmektedir. Örneğin kendisine bakan Emir’in gözlerinin önünde otobüs yerine taksiye binmekte, ancak hemen ileride taksiden inmektedir. Üst sınıfa mensup olan arkadaşı Hande ile alışveriş yaptıkları sahnede, apartmanın aidatını ayakkabı parası olarak harcamakta, sonra o para için bir ay boyunca ailesinden gizli, komşularının otelinde garsonluk yapmaktadır. Böylece zayıf birey (Feriha), taktiklerle savunmaya geçmekte, kısmi zaferler ile ayakta durmaya ve özneliğini korumaya çalışmaktadır. Dizilerin anlatısında farklı iki sınıf ve onlara ait gündelik yaşam anlayışları ekranlara yansımakta iken diziler kendileri ile empati kuran seyircilerine kendileri gibi olabilmenin kurallarını öğretmektedir. Feriha izleyicisi için bir rol modeline dönüşmekte, onun davranışları seyircisi tarafından taklit edilmekte, örneğin Feriha’nın kolyesi pazarda onun ismi ile yerini almaktadır.

Bir başka dizi *Bir İstanbul Masalı*’nda holding sahibi Arhan ailesi ile yanlarında çalışan Kozan ailesi aralarındaki sınıfsal farklılıklar dizinin merkezine

oturmaktadır. Boğaz manzaralı bir köşk içerisinde yaşayan Arhan ailesinin iki oğlu Selim ve Demir, Kozan ailesinin kızları Esmâ ve Çiçek'ten kazançları, evleri, arabaları, giyinişleri, eğlence hayatları ve tükettikleri ile ayrılmaktadır. Kozan ailesi köşkün bahçesinde mekânsal olarak da ayrıştırılmış bir alanda yaşamaktadır. Dizinin ilk bölümde Demir'in nişanını Esmâ, bahçedeki bir ağacın üstünden izlemekte, onun bu düğüne dâhil olmak gibi bir lüksü bulunmamaktadır. İki ailenin yaşam tarzları arasındaki fark Esmâ ile Demir ve daha sonra Esmâ ile Selim ilişkilerinde netleşmekte, Esmâ'nın sınıf farkı sürekli olarak ona ve ailesine hatırlatılmakta, üst sınıf bir aile olarak Arhanlar onu ve ailesini ötekileştirmektedir. Dizisel anlatıda Esmâ, Selim ile evlenerek sınıf atlamakta, üst sınıfa geçmesi ile mutlu sona ulaşmaktadır. Dizisel anlatıda üst sınıfa ait olmak, ulaşılması gereken bir amaca dönüşmekte, dizi izleyicisine de aşk teması altında bunu önermektedir.

Ezel dizisinde de yine alt ve üst sınıf ekranlara yansımaktadır. Bir bekçiyi öldüren ve arkadaşlarını kurban veren ekibin, ellerindeki parayı tüketerek sınıf atladıkları ve üst sınıfa dâhil oldukları görülmektedir. Eysan, Ezel, Ali gibi karakterlerin gündelik yaşamlarının belirleyici özellikleri; havuzlu evler, son model pahalı arabalar, markalı giysiler, kumar, gece hayatı olarak saptanmaktadır. Bu karakterler istediklerini tüketerek yaşamaktadırlar. Alt sınıftan olan Ezel'in ailesinin hayatı ise evleri ile babasının atölyesi arasında mütevazı bir şekilde geçmektedir. Ezel'in kardeşi hem okumakta hem de çalışmakta, annesi ailesi için hizmet etmekte, babası ise onurlu bir şekilde geçimlerini sağlamaya çalışmaktadır. Dizide böylece birbirine karşı iki sınıf temsilcileri ile onlara ait gündelik yaşam pratiklerinin altı çizilmektedir. Dolayısıyla izleyici için üst sınıfa geçmenin yolları da bu kişilerin özellikleri ve tanımları da dizideki karakterler aracılığı ile sunulmaktadır.

Bir başka yapımla olan *Yaprak Dökümü* adlı dizide İstanbul'a gelip, uyum sağlayamayan bir ailenin dağılma hikâyesi anlatılmaktadır. Tekin ailesinin kızları Necla ve Leyla üst-orta sınıf bir ailenin kızları olarak istedikleri her şeyi satın alamamaktadırlar. Bazen bir düğün ya da davet için markalı bir giysi almak yerine, annelerine istedikleri giysiyi diktirmektedirler. Ancak parasızlıktan memnun olmayan kardeşler ilk fırsatta karşılıklarına çıkan zengin bir adamla evlenmek için birbirleri ile yarışmakta, bu hırs uğrunda birbirlerini yıpratmaktadırlar. Necla sevgilisi Cem ile evlenme noktasında üst sınıfa ait olmanın kurallarını öğrenmekte, yeni markalı giysiler, yurtdışı seyahatleri, pahalı arabalar ile üst sınıfa dâhil olmaktadır.

Küçük Sırlar dizisinde de Ayşegül, Su, Çetin, Ali, Arzu gibi arkadaşlar üst sınıf ailelerinin çocuklarıdır. Bu gençler, villa, köşk gibi geniş yaşam alanları ile her gece bir başka barda eğlenen, altlarında son model arabaları, markalı giysileri ile sürekli tüketen bir sınıfı temsil etmektedirler. Üst-orta sınıftan olan Meriç, sürekli olarak üst sınıf yaşam tarzına özenmekte, sınırsız tüketeceği bir yaşamın özlemini duymakta, bu sisteme uygun olarak moda sektöründe genç bir tasarımcı olarak çizim yapmaktadır. Dizisel anlatının ilerleyen bölümlerde annesinin ve üvey

babasının ölmeleri ile Meriç ve erkek kardeşine yüklü bir miktar miras kalmakta, dolayısıyla Meriç dizinin ilk bölümlerinden itibaren girmek istediği sınıfa dâhil olmaktadır. Böylece iki kardeş üst sınıf gibi trendleri takip edebilme, modaaya uygun pahalı giysiler alma, pahalı restoranlarda yeme ya da üst sınıf gibi iş kurma şansını yakalayabilmektedirler.

Benzerlerinin önümüzdeki sezonda da süreceği kolaylıkla tahmin edilebilen dizilere sayısız örnek vermek mümkün olmakla beraber çalışma için verilen örneklerin yeterli olduğu düşünülmektedir. Önemli olan bu anlatıların altındaki toplumsal değişimin ve gündelik yaşam algısının ortaya çıkarılmasıdır. 2000’li yıllar itibariyle kapitalizmin ürünlerinden faydalanan üst sınıfın, toplumun küçük bir kısmını oluşturduğu saptanmaktadır. Gerçeklikten beslenen diziler, bu çarpıklığı ve onlara ait entrikaları ekranlara yansıtmaktadır. Diğer yandan televizyon dizilerinin karakterleri ile kurulan empati izleyicinin katharsise ulaşmasını sağlamaktadır. Empati, bir tür taklidi getirmekte, dizisel anlatının karakterleri rol modeli olarak alınmakta, onlara ait yaşam tarzı izleyiciye örnek teşkil etmektedir. Kapitalist sistem moda kavramıyla giyinişten ev mobilyasına, çalışma hayatından boş zamanlara kadar gündelik hayatın her aşamasını belirleme gücünü elinde bulundurmakta, bu noktada kitle iletişim araçlarının geniş kitleleri manipüle etme özelliğinden faydalanmaktadır. Türkiye’de ve daha pek çok ülkede televizyon, gündelik yaşam pratiklerinin nasıl olması gerektiği yönünde davranış ve düşünme kalıpları empoze etmekte, bir yandan da kendisini bir gündelik yaşam pratiği olarak sunmaktadır. Popüler bir eğlence aracı olarak televizyon, günlük hayattaki esprilerden, cep telefonu modeline ve hatta cep telefonunun melodisine kadar her şeyi sisteme uygun olarak yansıtmaktadır.

2000’li yıllar sonrası farklı diziler, benzer kalıplarla aynı gündelik yaşam pratiklerini ekranlara yansıtmakta, dolayısıyla kurgulanan bu gündelik yaşam tarzı bir sömürü ve tahakküm zemini olarak tekrarın hâkimiyetine işaret etmekte, bu ise bir yaşam biçimine dönüşmektedir. Aynı kalıplardan beslenen dizilerden bir tanesi olan *Aşk-ı Memnu*, anlatısında üst ve alt sınıfa ait gündelik yaşam pratiklerinden ve onlara ait strateji ve taktiklerden beslenmekte, dizi kapitalist zihniyete uygun olarak izleyicisine tüketmesini salık vermektedir. Dizi, ikna noktasında hedef kitlesine tüketerek sahip olabilecekleri kimlikleri tanımlamakta, bu kimlik noktasında ise üst sınıf/alt sınıf, erkek/kadın, zengin/yoksul, eğitilmiş/eğitimsiz, strateji/taktik, vb. karşıtlıklar ve dışlamalardan faydalanmaktadır.

AŞK-I MEMNU DİZİSİNDE KURGULANAN ALT SINIF VE ÜST SINIF GÜNDELİK YAŞAM PRATİKLERİ

Aşk-ı Memnu Dizisinin Konusu ve Özet (2008–2010)

Dizisel anlatı en temelde Bihter ile Behlül arasındaki yasak aşkı anlatmaktadır. Bihter, babasının ölümü ile giderek fakirleşen bir ailenin kızıdır. Cenazede gördüğü Adnan Bey’in kendisi ile ilgilenmesi üzerine, biraz da annesine

inat, Adnan Bey'le evlenip, onun yalısına taşınır. Adnan Bey'in iki çocuğu vardır. Babasına oldukça bağlı olan kızı Nihal bu evliliği istemez, ancak bu durumu kabullenmek zorunda kalır. Bihter, bu evlilik ile hem kendisini hem de annesi Firdevs Hanım'ı bir süreliğine de olsa maddi sıkıntılarından kurtaracaktır. İlerleyen bölümlerde Yöreoğlu ailesinin, tüm mal varlığı yavaşça elinden gitmekte, Firdevs Hanım, çözümü kızının yanına taşınmakta bulunmaktadır.

Anlatının ilerleyen bölümlerinde Bihter ile Adnan Bey'in akrabası Behlül birbirlerine âşık olurlar. Bihter bu aşk için evliliğinden ve doğmamış iki çocuğundan vazgeçer. Behlül, bu ilişkiyi saklamak adına Nihal ile evlenmeye karar verir. Bihter'i sevmeye devam eden Behlül ondan uzak durmaya çalışır ancak Bihter'i bir türlü kendisinden uzak durmaya ikna edemez. Dizisel anlatının sonunda Bihter ile olan ilişkisinin ortaya çıkmasından korkan Behlül, düğününü bırakarak amcasının evine gelir. Burada kendisini öldürmek üzere olan Bihter'i bulur. Bu arada Bihter, Behlül'ün kendisi ile olamayacağını anlayarak intihar eder. Behlül'ün arkasından Adnan Bey ve kızı Nihal de yalıya gelirler, baba kız, Behlül ve Bihter arasındaki gizli aşka ve sonrasında Bihter'in ölümüne şahit olurlar. Bu ölümün üzerine Ziyagil ailesi eski düzenlerine dönmeye çalışırlar.

Aşk-ı Memnu ve Gündelik Yaşam

Tüketim kültürünün temel stratejisi, yeni ihtiyaçların bir devamlılık çerçevesinde sürekli olarak yaratılması ilkesidir. Ancak yeni ihtiyaçlar suni olarak yaratılmakta, bir dayatma olarak yaptırılan tüketim, kapitalist toplumun devamına hizmet etmektedir. Bireyleri tüketime yönlendirmenin en temel yolu ürünü kullanışlı, rahat, güvenilir kılan kullanımsal değerler ya da karlı, ucuz, sağlam yapan var oluşsal olmayan değerler yerine ürünü alıcıyla özdeşleştiren, onun yaşamına ya da kimliğine, kişiliğine anlam katan varoluşsal değerler üzerinden işlemektedir. Güncel yaşamda görsel bir bombardımana tutulan birey, kapitalizmin manipülasyonu ile çepeçevre sarılmaktadır. Diziler de bu reklam alanlarından biri olarak örtük ve açık reklamların sunulduğu önemli bir manipülasyon aracı durumundadır. *Aşk-ı Memnu*, anlatısındaki gizli aşk üçgeninin alt metninde, izleyiciyi kapitalist zihniyete yönlendirmesi ile dikkatleri çekmektedir.

Anlatının ana karakterleri olan üç kadına ait gündelik yaşam çalışma için birer nesne durumunda bulunmaktadır. Léfebvre'in (2007: 87) ifade ettiği gibi, "*gündelik hayatın ağırlığı kadınlar üzerindedir.*" Birbirlerinden farklı yaşlarda olan Bihter (23), Nihal (18) ve Firdevs Hanım'ın (50'ler) en temel ortak özelliklerinin, içlerinde buldukları sınıfa ait standart kalıp davranışlar içerisinde hareket etmeleri olduğu saptanmaktadır. Öncelikle bu kadınların iyi birer eğitim aldıkları, ancak çalışma hayatına atılmak, para kazanmak gibi isteklerinin bulunmadığı görülmektedir. Bu üç kadına erkekler bakmaktadır: Nihal'e babası, Bihter'e evlenmeden önce babası, evlendikten sonra eşi Adnan Bey, Firdevs Hanım'a önce eşi, eşinin ölümü ile damadı bakmaktadır. Bazı bölümlerde Bihter dernek çalışmalarına katılmakta, bu çalışmalar sırasında ise eşinin ismini, kariyerini ve parasını kullanmaktadır. Kadınların hayatlarındaki bir erkeğin; eşin, babanın ya da

damadın mal varlığını istedikleri gibi kullandıkları, kazanarak değil de tüketerek ekonomiye katkıda buldukları görülmektedir. Kadınlar, ailenin gelirinin bir kısmını gösterişli, markalı, pahalı eşyalara, mücevherlere ya da giysilere yatırmaktadırlar. Paranın aldığı bu mallar ise sınıf sembolü olarak onları alt sınıftan ve alt sınıfa ait yaşam tarzından ayırmaktadır. Bu noktada tüketilen paranın miktarının yanında, onu sistemin önerdiği şekilde harcamak da bir statü sembolüne dönüşmektedir. Ayata, tek başına servet ya da tüketimin değil de tüketim biçimi ve tüketim estetiğine ilişkin öğelerin; stil, sunum ve görüntünün, kimlik ve statü belirlemedeki önemine değinmektedir. (Ayata, 2005: 37-57). Bu noktada kadınlar kilit rolü oynamaktadırlar. “*Robotlaşmanın, kadınların ‘kendiliğindeliğine’ karşın, ya da ‘kendiliğindeliği’ yüzünden kadınlar nezdinde başarılı olmasının nedeni, kadınların önem verdikleri şeylerin (moda, ev içinin düzenlenmesi, çeşitli öğeleri bir araya getirerek bir kişilik ve ortam yaratma isteği) niteliğidir*” (Léfebvre, 2007: 87). Yani kadınların tüketim biçimi hem statü aracı olması anlamında önem arz etmekte, hem de kadınlara bir kişilik ve ortam yaratması ile de ayrıca önem taşımaktadır. Dolayısıyla dizisel anlatının kadınları da üst sınıfa ait kadınlar olarak tüketmekte ama onların tercih ve zevkleri aileye prestij ve statü kazandırmakta, diğer yandan kadınlar için de bir kimlik ve ortama dönüşmektedir.

Kapitali elinde bulunduran ve onu sisteme uygun olarak tüketen üst sınıfa karşı alt sınıf için taktikler zayıfın sanatı olarak önem teşkil etmektedir. Örneğin dizisel anlatıda çiftlikte eğlenen evin ahalisine karşın, onların evde olmayışları ile evin sahiplerinin normalde oturdukları masada eğlenen çalışanlar için bu durum bir mutluluk kaynağıdır. Fakat geçici taktikler her zaman mutluluk getirmemektedir. Örneğin Cemile’nin Firdevs Hanım’ın taklidini yaparak, onun geceliğini giyip tırnaklarına oje sürmesi Certeau’nun tanımı ile bir alay ve taktik olarak görülmektedir. Ancak geceliğe dökülen oje kazanılan zaferin sonu olarak saptanmaktadır. Fiyatı dolayısıyla geceliğin aynısını alamayan Cemile’nin, geceliğin yerine ikame edebileceği kitsch bir örneğini alması da bir taktik örneğidir. Bir diğer yenilgi de, geceliğin Cemile’nin annesi ile tartışması sırasında yırtılması, böylece yaptığının ortaya çıkması ile yaşanmaktadır. Geceliğin aynısını iki milyon civarı bir ücretle satın alan Cemile yaptığının ‘bedelini’ ödemektedir. Maaş kesintisi ve yaşadıkları Cemile için bir cezaya dönüşürken, durumu öğrenen Firdevs Hanım ise sınıfsal farkını bir kez daha gözler önüne sermekte, geceliği yanında çalışan yardımcısı Katya’ya hediye ederek, Cemile’yi bir kez daha sınıfsal anlamda ötekileştirmektedir.

Üst sınıfın tavrı sistemle özdeşleştirilmekteyken De Certeau’ya göre sıradan insanlar, sistemin kendilerini disipline etme çabaları karşısında ihlal ve kaçamaklar yapmakta, imkânları dâhilinde kuralları kendi çıkarlarına uygun duruma getirmekte, bazen onları yorumlamaktadırlar. Esasen damadının geçindirdiği Firdevs Hanım da güçsüzler tarafındadır. Firdevs Hanım’ın, eşinin ölümü ile tüm mal varlığını yitirdiği görülmektedir. Artık parası olmayan Firdevs Hanım, Adnan Bey’e ait statü ve parayı kızı aracılığı ile kullanmaktadır. Firdevs Hanım, sürekli bir kurnazlık içerisinde taktiklerle hareket etmektedir; Kızının

evliliğinde elde edeceği çıkar da olduğu gibi kendi evliliğini de bu çıkarlara uygun planlamakta, sürekli bir sonraki adımı hesaplamaktadır. “Güç görünür olmayla ilintilidir. Buna karşın, kurnazlık zayıfın harcıdır ve genelde sadece kurnazlık ‘son çare’ olarak ona kalandır” (De Certeau, 2009: 114). Firdevs Hanım’ın elinde de başka çaresi bulunmamaktadır. Çıkarıcı, oyuncu ve taktikçi Firdevs Hanım da kurnazlığıyla kızı ve Behlül’ün aşkını daha en baştan fark etmekte, bu aşka engel olmak için Nihal’i kullanmaktadır. Ayrıca zengin biriyle evlenmek üzere iken kızının ölümü ve yaşanan olaylar sonucu felç olmaktadır. Taktikler güçsüzü bir süreliğine idare etmekte, bunlar ise geçici çözümler olmaktan öteye gidememektedir.

Tüketim kültürü ile cinsellik geleneksel evlilik ve aile yaşamından sıyrılıp bir noktada tüketerek zevk ve keyif almak, dolayısıyla sahip olmak, belki de sahip olup bir kenara atmakla ya da yeni tüketim nesnelere aramakla ilişkilendirilmektedir. 1990’lı yılların İstanbul’u üzerine eğilen Ayşe Öncü, cinselliğin bugünün İstanbul’unda seyirlik bir tüketim malzemesi haline geldiğini saptamaktadır. “Tüketim kültürünün derinleşen etkisi altında cinsellik, geleneksel evlilik ve aile yaşamının zincirlerinden sıyrılmış, ticari tüketim için halka açık bir gösteri haline dönmüştü” (Öncü, 2005: 185). Bu saptamadan hareketle dizinin anlatısının da cinselliği halka açık bir gösteri haline getirdiği kolaylıkla saptanabilmektedir. Bihter ve Behlül’ün sevişme sahneleri de bu yüzden izlenme rekoru kırmaktadır. Foucaultcu literatürden hareketle de sistemin bu durumu RTÜK aracılığı ile kontrol ve denetim altına aldığı da ifade edilebilmektedir. Diğer yandan dizinin bazı kesimler tarafından tepki olarak izlenmemesi de benzer bir denetim mekanizması olarak saptanmaktadır. Ancak yine de bu mekanizmalar amaçtan uzak göstermelik olarak görülmektedir. Nihayetinde RTÜK kararı ile dizi yayından kalkmamakta, cinsellik merkezli sahneler iptal edilmemektedir. Sistem ataerkil toplumda, bu toplumun kurallarına göre işlemektedir.

İdeolojinin işleyişi gereği çoğunluğa ait değerlerin pekiştirilmesi, yaygınlaştırılması ya da restore edilmesi gerekmektedir. Kapitalist sistem, bir yandan kendi ideolojisini yayarken diğer yandan toplumun sahip olduğu değerlere dokunmadan, yani bireyleri çok da rahatsız etmeden işleyişini sürdürmek durumunda kalmaktadır. Sistem doğru ikna yöntemlerini, doğru hedef kitle için kullanmalıdır. Dolayısıyla Türkiye’deki toplumsal cinsiyet kavramı da dizisel anlatıda toplumda olduğu şekliyle; ataerkil olarak sürdürülmektedir. Örneğin Adnan Bey, kendisini aldatan Bihter’e (o bu durumu bilmese de izleyici bilmektedir) tecavüz etmekte ve Bihter (seyirci için) cezalandırılmaktadır. Ayrıca anlatıdaki ihanet, aşk gibi toplumun kabul edeceği duygusal bir bağlama oturtularak yumuşatılmaktadır. Adnan ve Behlül’den hamile kalan Bihter’in annelik vasfı elinden alınmakta, dizisel anlatıda onun anne olmasına izin verilmemektedir. Dahası, kocasını aldatan bu kadının sevdiğine kavuşmasına izin verilmediği gibi dizinin sonunda aldatan kadın öldürülmekte, aile kurumu ise yaralar almakla beraber filmin final bölümünde eski düzene döneleceğinin sinyalleri verilmektedir. Böylece dizisel anlatıda ataerkil düzenden sapılmayarak

sisteme hizmet edilmekte, geleneksel düzen tekrar kurulmakta ya da restore edilmektedir.

Diğer yandan cinsiyete göre rol dağılımında dizisel anlatıdaki kadınlar (Bihter, Nihal ve Firdevs Hanım) erkeklerin (Adnan Bey ve Behlül) iktidar alanları içerisinde konumlandırılmaktadırlar. Kadınlar, evin yöneticileri gibi davranmakta, Adnan Bey de evi, daha çok kadınların etki alanı olarak görmekte, mümkün olduğu kadar az müdahalede bulunmakta, gerekli gördüğü takdirde durumun kontrolünü eline almaktadır. Kadınlar, personel, dekorasyon, alışveriş gibi ev işlerinden sorumlu durumda bulunmaktadır. Ancak bu işler için de erkekler parayı vermekte, kadınlar harcamaktadırlar. Dolayısıyla son söz erkeklerin elinde bulunmaktadır. Sencer Ayata'nın Ankara'daki *"tam donanımlı, tecrit edilmiş ve sosyal açıdan türdeş semtlerde yaşayan orta ve üst sınıflar"* üzerine odaklanan çalışması bu sınıfın *"sadece servet ve mülk bağlamında değil, belirgin tüketim kalıpları ve yaşam tarzı ile de diğer gruplardan ayırt edilebilir"* olduğunu altını çizmektedir. Üst ve orta sınıf kadınların zamanlarını çocuklarına iyi bir eğitim sağlamak, onları bale, piyano, yabancı dil gibi derslere götürmek, kendilerine kalan zamanı spor, fitness, diyet merkezleri gibi güzellik etkinlikleri ile geçirmekte oldukları ve ev işlerini hizmetçilere devrettikleri saptamasında bulunmaktadır. Evin ihtiyaçlarının temini ve dekorasyon da yine kadınların elinde bulunmaktadır. Bu noktada moda kavramı önem taşımaktadır. Erkekler ise bu ortamın dışında kişisel tatmin ve iş tatmini aramaktadır (Ayata, 2005: 37-57).

Dizisel anlatı toplumdaki gerçekliklerden beslenmekte, Ayata'nın saptamaları, anlatıda karşılığını bulmaktadır. Örneğin Bihter evin mobilyasını seçmekte, Bihter evi terk ettiğinde ise evin dekorasyonuna evin kızı Nihal, iç mimardan yardım alarak karar vermektedir. Bu durum evdeki bireylerin giyimine de yansımakta, kadınlar estetik algı noktasında evin içindeki giyim de bile şık ve zarif olma yolunu tercih etmektedirler. Günümüzde ünlü modacıların imzalarını taşıyan kıyafetler, kişilerin zevk ve statüsünün göstergesi durumuna dönüşmektedir. Bu noktada giyim, kişisel bakım, araba, ev dekorasyonu, günlük yaşamın estetikleştirilmesi kadının sorumluluğu altında bulunmaktadır. Filmde evde dahi dışarıda bir yemeğe çıkıyormuş gibi giyinip, gün içinde birkaç kıyafet değiştiren, giysilerini kuru temizlemeye gönderen kadınların, rutinleşmiş düzenlerini içselleştirmiş oldukları görülmektedir. Ancak gündelik hayatta *"kadınların ikameleri vardır; kadının kendisi bir ikamedir. (...) Kadınlar gündeliklik içinde hem öznedirler, hem de gündelik hayatın kurbanlarıdır, dolayısıyla nesnedirler, ikamedirler (güzellik, dişilik, moda, vs.) üstelik, ikamelerinin çoğalması kadınların aleyhinedir Kadın aynı zamanda hem alıcı hem de tüketicidir; hem metadır, hem de metanın simgesidir (reklamlardaki çıplak beden ve gülümsemedir)"* (Léfebvre, 2007: 87). Bu noktada kadınların kapitalist zihniyet içerisinde kendilerini nereye oturtacakları önem taşımaktadır.

Dizisel anlatının kadınlarının hayatları da, Léfebvre'in saptamasına uygun olarak, manipüle edilmiş durumdadır. Bu kadınlar ve tüketim toplumunun önerdiği

metroseksüel erkeğin temsilcisi olarak Behlül düzenli spor yapmakta, yüzmekte, bakımlı görünmekte, yaşlanma karşıtı ürünler kullanmaktadırlar. Ayrıca evdekiler bitki çayı, sıkma portakal gibi içecekler tüketip, sağlıklı ve dengeli beslenmeye çalışmaktalar, evde sürekli rejim ya da kilo üzerine sohbetler yapmaktadırlar. Ayrıca spor yapmak, bedeni dinç, genç ve moda uygun tutmak adeta gurur, manevi üstünlük kaynağı ve maddi durumun bir göstergesi durumundadır. Bu noktada sağlığını yitiren, kilolu ya da yaşlı alt sınıfı kendisinden ayıran üst sınıf, sağlığı ve yaşamı simgelemektedir. Beden, kapitalist amaçlara uygun bir yatırım aracı olarak tekrar düzenlenmektedir. Bir haz aracı ve prestij sergileyici olarak sunulan bedenin her daim güzel olması ve güzelliğinin korunması, sisteme hizmet etmekten başka hiçbir işe yaramamaktadır. Örneğin alt sınıftan Beşir'in ölmesi, her şeyi tüketen bu sisteme karşı bir eylem gibi görülmekle beraber bir yandan da alt sınıf bireyin üst sınıfın karşıtı olarak sağlıksız, kötü görünümlü, yoksul olarak ötekileştirilmesine denk düşmektedir. “İktidara, bedene kadar yaklaşma hakkını veren, ölümle tehditten çok, yaşamın sorumluluğunu yüklenmesidir (Urhan, 2010: 83–84). Alt sınıftan biri olarak Beşir, yaşamın sorumluluğunu üstlenmeyerek yavaşça ölmekte, bir tür intihar görünümündeki bu ölüme, seyirci şahit olmaktadır. Dolayısıyla seyirci ya üst sınıftan biri gibi sağlıklı, güzel ve canlı olacak ya da alt sınıftan biri gibi ötekileştirilecektir.

Gündelik yaşam noktasında mekân ve mekânın kullanımı da önem teşkil etmektedir. Çünkü mekân, üst sınıf ve alt sınıf yaşam tarzını ayıran ve ötekileştiren önemli bir öğe durumunda bulunmaktadır. Dizide yaşanan şehir İstanbul olmakla beraber üst sınıf olan Ziyagiller, yalının üst katında yaşamaktayken; aile, çalışanlarını alt kata yerleştirmektedir. Üst ve alt katlardaki yerleşim bir nevi sosyal, sınıfsal ve kültürel ayrımın altının mekânsal ayrımla çizilmesi olarak saptanmaktadır. Bihter gelene kadar üst katta odası olan Madam'ın evin çalışanı olarak yerinin belirlenmesi ise, onun alt kata taşınması ile mümkün olmaktadır. Diğer yandan evin sahipleri alt kata indiklerinde ya da mutfağa uğradıklarında, çalışanlar şaşırılmaktadırlar. Çünkü üst kattakilerin alt kata inmek için bir nedeni olması gerekmektedir ki zaten çoğunlukla çalışanlarına bir şey demek ya da denetlemek için inilmektedir.

Değiniilmesi gereken mühim konulardan biri de, dizinin içindeki tüketim kültürü bağlamında kendi izleyicisini yaratmasıdır. “Aşk-ı Memnu en çok, orta ya da üst orta sınıfa mensup, çoğu yüksek okul mezunu, yaşamının bir döneminde çalışma hayatına girmiş (ya da iş yaşamına devam eden), modayı takip eden, alım gücüne sahip şehirli kadına hitap eder” (Özen, 2010: 59). İzleyici dizideki karakterler gibi olmanın yollarını dizi aracılığıyla öğrenmekte ve kendisine sunulan gündelik yaşam pratiklerini içselleştirmektedir. Dizinin manipülasyonu ile piyasa, tüketim nesnelere hedef kitlesine sunmakta, bir pazarlama stratejisi olarak firmalar ürünlerin ön kısmına dizi karakterlerinin isimlerini eklenmektedirler (Bihter yüzüğü, Bihter tokası, Bihter parfümü, Bihter çizmesi, Bihter çantası, Bihter kolyesi, vb.). Ürünler birer üst sınıf kimlik tanımlayıcısı, statü sembolü ve aidiyet aracı olarak alıcısına dizi karakterleri ile özdeşleme imkânı sunmaktadır.

SONUÇ

Modern kapitalist toplumlarda gündelik yaşam, Léfebvre'e göre, iktisadi çıkar sağlayan bir nesneye dönüştürülmekte; Foucault'ya göre, iktidarın yayıldığı bir alan olarak kontrol ve denetim altında tutulmaktadır. De Certeau gündelik yaşam üzerindeki bu kontrol ve denetime karşı direnişin olduğunu belirtmekte, üst sınıfın stratejilerine karşı, güçsüzün taktiklerle karşı koyduğunu saptamaktadır. Türkiye özeline gelindiğinde ise; henüz tam ve bütüncül anlamda modern olamayan ülkede tüketim kültürü ve vahşi kapitalizm bir arada yaşanılmaktadır. Dolayısıyla Türkiyelinin gündelik yaşamı kapitalizme uygun olarak programlanmış, iktisadi çıkar sağlayan bir nesneye dönüştürülmekte, bu noktada (bir reklam ögesi olarak) televizyon dizileri kapitalist sisteme hizmet etmektedir. Televizyon dizileri gündelik yaşamı kurgulamakta, toplumun gündelik yaşamı bir metaya dönüştürülmektedir.

Türkiye'de televizyon dizilerinde çeşitli gündelik yaşam pratikleri ekranlara yansımaktadır. *Aşk-ı Memnu* dizisi üst sınıfa ait gündelik yaşamı televizyon dizilerinin hemen hemen hepsi gibi benzer kodlarla ekranlara yansıtmakta, üst sınıfa ait yaşam pratikleri kendisini lüks yaşam tarzı, 4x4 arabalar, havuzlu geniş yaşam alanları (yalılar, köşkler, vb.), markalı giysiler, modern ev dekorasyonları, eğlence yaşamı, yurt dışı tatilleri gibi pek çok unsurla sunmaktadır. Üst sınıf yaşam tarzı bir özdeşleşme ögesi olarak dizilerde kurgulanmakta, "üst sınıfa ait olmanın" ya da "üst sınıf gibi olabilmenin" kuralları bu popüler diziler aracılığı ile izler kitleye öğretilmektedir. Tüketmek, sistemin devam etmesine hizmet etmekle eş anlamlı durumda bulunmaktadır. Dolayısıyla bu da bireyi tüketim kültürünün ve kapitalizmin bir nesnesi durumuna getirmektedir.

Aşk-ı Memnu adlı dizi, İstanbul'daki üst sınıf bir ailenin gündelik yaşamını yansıtmaktayken bir yandan da alt sınıfa ait gündelik yaşamı ekranlara taşımaktadır. Bu noktada üst sınıfın stratejilerine karşı alt sınıfın ürettiği taktik kavramı önem taşımaktadır. Alt sınıf, iktidarın empoze ettiklerine direnmekte, bireyler özneliğini korumak adına bu uygulanan stratejilere karşı taktikler üretmektedir. Adnan Bey ve ailesinin yanında çalışan Süleyman, eşi Şayeste, kızları Cemile ve diğer çalışanlar Beşir, Nesrin ve Katya bu stratejilere karşı taktikler geliştirmekte, (örneğin markalı giysiler yerine sahtelerini alma ya da bir maaşını bir geceliğe yatırma gibi), böylece nesne olmaktan kurtularak, geçici taktiklerle özneliğini korumaya çalışmaktadırlar. Beşir'in ölümü de bu anlamda bir taktiğe dönüşmekte, diğer yandan sistem, bu ölümü (alt sınıfı ötekileştirerek) kendisine hizmet ettirmekte, kullanmaktadır. Ayrıca dizi, hedef kitlesi olan orta üst sınıf izleyici kitle için üst sınıf gibi olabilmenin kuralı olarak çeşitli nesnelere sunmakta, Firdevs Hanım tokası, Bihter yüzüğü, Bihter kolyesi, Bihter parfümü gibi nesnelere orijinallerini tüketemeyen izleyiciye bir taktik olarak bu karakter ile özdeşleşme şansı vermektedir. Bunlara ek olarak nasıl giyinilmesi, davranılması ya da yaşanılması daha özetle nasıl 'var olunması' gerektiği ile ilgili, dizinin ana karakterleri; Bihter, Behlül, Firdevs Hanım izleyiciye yol göstermektedir. Sonuç

olarak, bu karakterler, bireylerin duygusal alanlarına hitap ederek (özdeşim, empati ve katharsis), izler kitleye kapitalizmin amacına uygun olarak tüketmesini salık vermektedir.

Son olarak, Foucault (2001: 253)'ya göre ölüm yaşamın sonu olarak aynı zamanda iktidarın da sonu, bitimi ya da sınırıdır. Léfebvre'e (akt. Zayani; 1999; <http://tek.bke.hu/~tdombos/babel/lefebvre.pdf>, 7) göre ise; gündelik yaşama uykusuzluk çekmek, aşık olmak ya da bulimiya tutulmak gibi yeni bir unsurun dâhil etmesi, var olan kurguyu sarsacaktır. Böylece kişi başka bir günlük deneyimi yaşayacaktır. De Certeau ise sıradan insanların taktiklerinin bir tehlike olarak görülmediği için özellikle önem taşıdığını söylemektedir. Dolayısıyla gündelik yaşam pratiklerinin altının çizilmesi, masum görünen bu pratiklerin altındaki sisteme ait stratejilerin keşfi ve bunlara karşı oluşturulan taktiklerin analizi, kapitalizme karşı önemli bir direniş olacaktır. Ayrıca yapılan sistem okuma analizleri, sistemin mantığının anlaşılması noktasında bireylere yol gösterecek, onlara sistem dışına çıkmanın yollarını ya da sistemin etkilerinden korunmanın yöntemini gösterecektir.

KAYNAKÇA

Adorno, T. W. (2009). *Kültür endüstrisi kültür yönetimi*. Ülner, N., Tüzel, M. ve Elçin Gen, E. (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

Althusser, L. (1994). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, 4. Baskı, Alp, Y. ve Işık, M. (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

Ayata, S. (2005). Yeni orta sınıf ve uydu kent yaşamı. D. Kandiyoti ve A. Saktanber (Hazırlayanlar), Yelçe, Z. (Çev.), *Kültür Fragmanları: Türkiye'de Gündelik Hayat* (2. Basım) İçinde. 37-56. İstanbul: Metis Yayınları.

Cantek, L. (2008). *Cumhuriyetin buluş çağı: gündelik yaşama dair tartışmalar (1945-1950)*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Chaney D. (1999). *Yaşam tarzları*. İ. Kutluk (Çev.). Dost Yayınevi: Ankara.

De Certeau, M. (2009). *Gündelik hayatın keşfi I*. L. A. Özcan (Çev.). Ankara: Dost Yayınları.

Foucault, M. (2001). *Toplum savunmak gerekir*, 2. Baskı. Ş. Aktaş (Çev.). İstanbul: YKY.

Hall, S. (1999). *Kültür, medya ve 'ideolojik etki' medya, iktidar, ideoloji*, 2. Baskı. M. Küçük (Der. ve Çev.). Ankara: Ark Yayınları.

Highmore, B. (2002). *Everyday life and cultural studies*. London and New York: Routledge.

Highmore, B. (2006). *Michel de Certeau Analysing Culture*. New York: Continuum.

McCarthy, J. ve Perreault, W. D. (1987). *Basic Marketing*, 9. Baskı. Irwin, Illinois s.179.'den akt. M. Erdal (2001), Yaşam tarzı analizi ve psikografik, *Pazarlama Dünyası*, 15 (89): 36-42.

Karabıyık Barbarosoğlu, F. (2004). *Moda ve Zihniyet*. İstanbul: İz Yayıncılık.

Lefebvre, H. (2007). *Modern Dünyada Gündelik Hayat*. 2. Basım. I. Gürbüz (Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Léfebvre, H. (1985). Le projet rythmanalytique, *Communications* 41: 191-199'den Zayani, M. (Çev.) (1999). The rhythm analytical project. *Rethinking Marxism: A Journal of Economics, Culture & Society*, 11 (1): 5-13.

Gordon, M. (2003). *Sosyoloji Sözlüğü*. O. Akınhay ve D. Kömürçü (Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

McLellan, D. (1999). *İdeoloji*. E. Özkaya (Çev.). Ankara: Doruk Yayınları.

Öncü, A. (2005). 1990'larda Küresel Tüketim, Cinselliğin Sergilenmesi ve İstanbul'un Kültürel Haritasının Yeniden Biçimlenmesi. D. Kandiyoti ve A. Saktanber (Hazırlayanlar), Z. Yelçe (Çev.), *Kültür Fragmanları: Türkiye'de Gündelik Hayat* (2. Basım) İçinde. 183-200. İstanbul: Metis Yayınları.

Önür, N. (2002). *Küreselleşen Dünyada İletişim ve Toplum*. Ankara: Alp Yayınevi.

Özden, Z. (2000). *Film Eleştirisi: Film Eleştirisinde Temel Yaklaşımlar ve Tür Filmi Eleştirisi*. İstanbul: Afa Sinema.

Özen, Z. (2010). Aşk-ı Memnu: tüketim aşkının yasak cenneti. *Birikim*, 2010 (256/257): 58-64.

Şahin, Ö. ve Balta, E. (2001). Gündelik yaşamı dönüştürmek ve Marksist düşünce, *Praksis*, 2001 (4): 185-217. <http://www.praksis.org/wp-content/uploads/2011/07/004-Sahin-Balta.pdf>, (01.12. 2011).

RTÜK (2009), *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması 2*. <http://www.rtuk.org.tr>, (06.07.2010).

Tomlinson, J. (1999). *Kültürel Emperyalizm*, E. Zeybekoğlu (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Yaylagül, L. (2008). *Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*, 2. Baskı. Ankara: Dipnot Yayınları.

Urhan, V. (2010). *Foucault, Fikir Mimarları Dizisi – 24*. Ankara: Say Yayınları.

Zayani, M. (1999). The rhythm analytical project. *Rethinking Marxism: A Journal of Economics, Culture & Society*, 11 (1), 1-13. <http://tek.bke.hu/~tdombos/babel/lefebvre.pdf>, (25.06.2012).