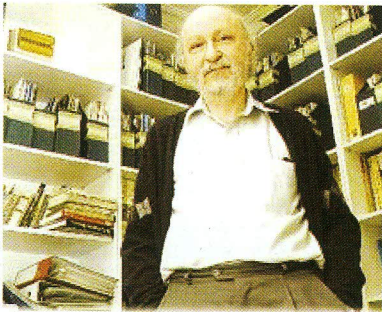


80 sonrası Türkiye:

'Tarz-ı Hayattan Life Style'e'



Rifat N. BALI

1948 yılında İstanbul'da doğdu. Musevi Birinci Karma İlkokulu ve Saint-Michael Fransız Ortaokulunun ardından Saint Benoit Fransız Lisesi'ni bitirdi. Memurluk ve ticaret yapan Bali'nin araştırmacılık ve yazarlık hayatı 1995'te Express'le başladı. Kitapları arasında Tarz-ı Hayattan Life Style'a, Bir Türkleştirme Serüveni, Aliya, Varlık Vergisi, Devletin Yahudileri ve 'Öteki' Yahudi ve Maziye Eşelerken bulunuyor.

1980 ve sonrası deyince akla Türkiye açısından hayati öneme sahip 2 nokta gelir: 12 Eylül Darbesi ve 24 Ocak Kararları. Türkiye için gerçekleşen dönüşümün ardından Türkiye toplumu ardı arkası kesilmeyen bir 'tüketim kültürü'nün esiri oldu. Bu yeniden inşa sürecinde her şey Amerikanlaştı: Yiyecekler, dinlenen müzikler, fikirler / fikir adamları, gazeteciler hatta kaçamaklar. Bu süreci çok iyi gözlemleyen araştırmacı-yazar Rifat N. Bali ile onun tabiriyle 'Tarz-ı Hayat'tan Life Style'i konuştuk.

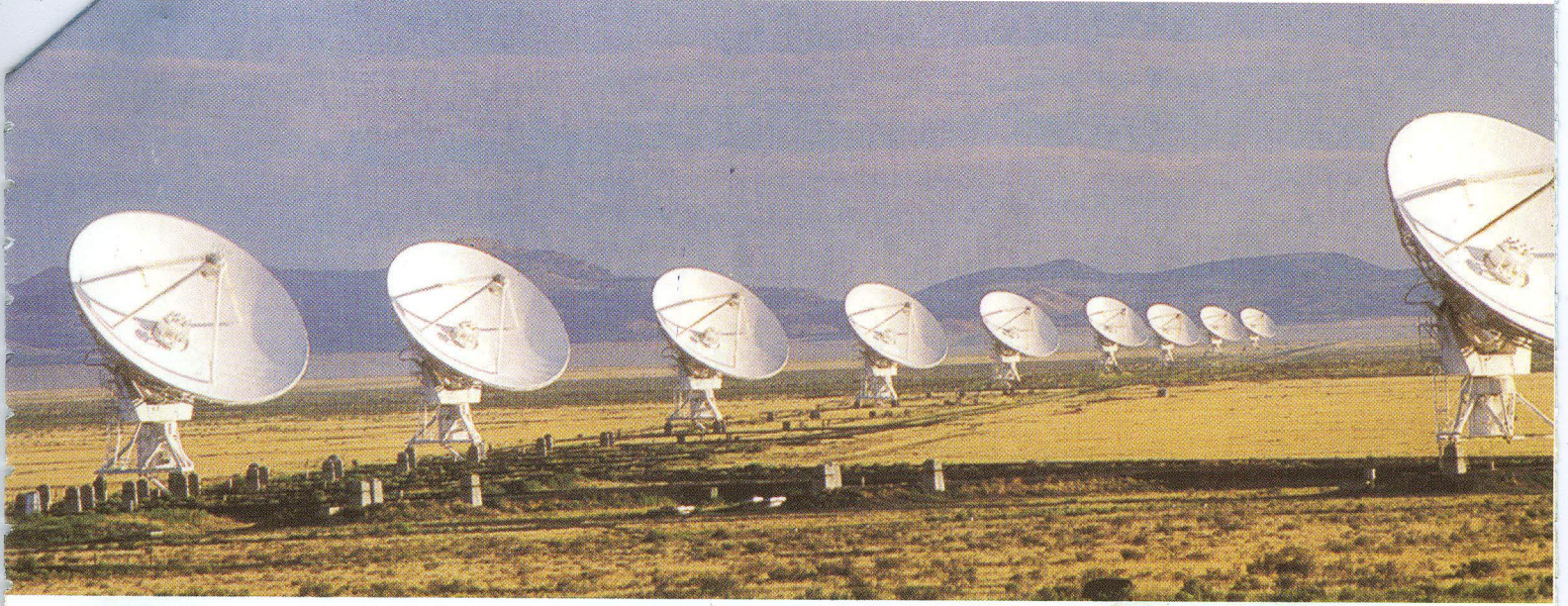
1980 sonrasında nasıl bir yeniden inşa süreci gerçekleşti?

1980 sonrasında Türkiye'nin serbest piyasa ekonomisine geçiş yapmasıyla birlikte toplum kaçınılmaz bir şekilde değişmeye başladı. Serbest piyasa ekonomisi reklam sektörünün

olağan üstü büyümesine yol açtı. İlerleyen yıllarda radyo ve TV tekelinin kalkması ve dergicilik sektörünün patlamasıyla birlikte reklam sektörü ihtiyacı olduğu mecraları buldu. Bu süreçte hem beyaz yakalılardan, hem de patronların gelir düzeyi yükseldi. Gelir düzeyinin yükselmesiyle birlikte insanlar reklamlarda akranları gibi yaşamak isteyip daha çok tüketmeye başladılar.

Değişimden iş adamları ne kadar etkilendi?

İşadamlarının varlıkları ciddi şekilde arttı. İş adamları serbest piyasa ekonomisine geçmeleriyle birlikte dış dünyaya açılmaları, ihracat yapmaları gerektiğini, bunu yapabilmek için de işinin ehli, iyi eğitilmiş beyaz yakalı personele ihtiyacı olduklarını gördüler ve böylece bu vasıflara haiz profesyonel yöneticileri istihdam etmeye başladılar.



Medya sektöründeki etkileri neler?

Radyo ve TV tekelinin kalkması ile o ana kadar sadece dergi ve gazeteyle kısıtlı olan basın, radyo ve TV sektörüne de girdi. Yazılı basın en son teknolojilere yatırım yaptı, dolayısıyla artık yetmişli yıllarda olduğu gibi "Babıali gazeteciliği" öldü ve yerine "medya" olarak tanımlanan yeni bir sektör doğdu. Bu kabuk değiştirmeye ayak uydurmak için de yeni okur kitlesine uygun yeni bir nesil gazeteci türedi: genç, iyi eğitilmiş, yabancı dil bilen ve benzeri donanımlı okurlara hitap eden köşe yazarları.

Peki siyasetçiler?

Bu dönemde siyasetçilerin davranışlarında daha öncekiler arasında pek bir fark yok. En önemli fark Özal dönemi idi. Özal ve yakın çevresinin debdebeli yaşamı ve de iş ilişkileri bu döneme damgasını vurdu.

Bu değişim sürecinde gayrimüslimlerin rolleri oldu mu?

Hayır hiçbir rolleri olmadı, olamazdı da...

Bu süreç sonrası tezahür eden 'statü' ve 'imaj' imgeleri neler?

İnsanlar gelir düzeyleri arttıkça harcamalarını arttırdılar ve de varlıklı olduklarını gizlemekten çekinmediler. Artık "iyi yaşamak" ve "keyif almak" hayat felsefesi haline geldi. Böyle olunca insanlar toplum içinde buldukları statüyü simgeleyecek şekilde yaşamaya, giyinmeye ve harcamaya başladılar.

Her şeyi ile yeniden şekillenen, Amerikanlaşan bir gündelik yaşam söz konusuydu sanırım. Biraz da bundan bahseder misiniz?

Artık Amerikanlaşan bir gündelik yaşam değil, küreselleşen bir gündelik yaşamdan bahsedilebilir. Böyle bir yaşamda dünyanın neresinde olursa olsun insanlar Coca Cola veya Pepsi Cola içiyor, hamburger yiyorlar. Çünkü reklamlarda bunu görüyorlar.

Son olarak, bu yenden inşa süreci ne zaman durakladı ve bundan sonra nasıl bir döneme geçiş başladı?

Bu süreç 2001 yılındaki ekonomik kriz sırasında durakladı ancak bir müddet sonra kaldığı yerden devam etti.