

“Burası New York, karşısı Üsküdar”¹

RIFAT N. BALI

Kurtuluş Savaşı sonrasında Cumhuriyet'in kuraları yeni Türkiye'yi inşa ederlerken Halk Fırkası'nın tüzüğünde yer almış olan “halkçılık” mefhumu ile öngördükleri toplum modelini açıkça belirtmişlerdi: “Halk Fırkası nazarında halk mefhumu, herhangi bir sınıfa münhasır değildir. Hiçbir imtiyaz iddiasında bulunmayan ve umumiyetle kanun nazarında mutlak bir müsavati kabul eden bütün fertler halktandır. Halkçılar, hiçbir ailenin, hiçbir sınıfın, hiçbir cemaatin, hiçbir ferdin imtiyazlarını kabul etmeyen ve kanunları vaz'etmekteki mutlak hürriyet ve istiklali tanıyan fertlerdir.”² Cumhuriyet'in onuncu yıl kutlamalarında hep bir ağızdan söylenen Onuncu Yıl Marşı'nın “imtiyazsız, sınıfsız kaynaşmış bir kütleyiz” mısrasıyla da aradan geçen on yıllık süre zarfında 1923'te öngörülen “imtiyazsız, sınıfsız kaynaşmış” toplum modelinin gerçekleşmiş olduğu da cümle aleme ilân edilmiş olundu... Ancak bu oldukça iyimser ve gerçeklerden uzak bir tasvir idi. Gerçek ile Onuncu Yıl Marşı'nda dile getirilen resmî söylem arasında derin bir farklılık mevcuttu.

Cumhuriyet'in ilk yıllarında yeniden inşa edilmekte olan Türkiye'nin imar seferberliği sırasın-

da ortaya çıkan pastadan en geniş payı elde etmeye çalışan “aferistler”³ adıyla tarihe geçen dönemin ileri gelen siyasilerinden ve bürokratlarından, ve Vehbi Koç örneğinde olduğu gibi, CHF ile iyi ilişkiler kurup bu imar faaliyeti sırasında ortaya çıkan fırsatlardan yararlanmaya çalışan Ankaralı Müslüman genç işadamlarından oluştu. Ankara'nın bu Müslüman seçkinler ağırlıklı manzarasının yanında İstanbul ve İzmir'de ise daha çok gayrimüslim işadamlarından oluşan kozmopolit ve Batılı bir yaşam tarzı sürdüren bir seçkinler sınıfı ağırlığını hissettirmeye devam ediyordu. Uzun yıllar boyunca saltanatını sürdürecektir olan siyasetçiler, bürokratlar ve işadamlarından oluşan bir seçkinler sacayağı ile önemsizliğine binaen muğlak bir şekilde kimi zaman “halk”, kimi zaman “sokaktaki insan”, kimi zaman ise sadece “vatandaş” diye adlandırılan isimsiz, geniş bir halk kitlesinin inkâr edilmesi imkânsız mevcudiyeti bu farklılığın iki kutbunu teşkil etti.

3 “Cumhuriyet'in ilk yıllarında, sermaye çevreleriyle devlet arasında üstlendikleri rol nedeniyle kendilerine maddi çıkarlar sağlayan bir bürokrat ve politikacı grubu ortaya çıktı. Birçoğu İş Bankasıyla ilişkili bulunan bu kimselere “İş Bankası grubu” ya da aferistler denirdi. Deyim, İş Bankası'nın Fransızca karşılığı olan Banque D'Affaires'den esinlenerek üretilmişti. Ancak, “affairiste” Fransızcadan çıkarıcı anlamına geliyordu ve sözcük daha çok bu anlamda kullanıldı”. Alper Sedat Aslan- daş ve Baskın Bıçakçı, *Popüler Siyaset Deyimler Sözlüğü*, İletişim Yayınları, İstanbul 1995, s. 13-14.

1 “Çırağan'da Yılbaşı” ilanı, *Hürriyet*, 23 Aralık 1995

2 1923 CHP Nizamnamesi, aktaran Taha Parla, *Türkiye'de Siyasal Kültürün Resmî Kaynakları*, Cilt 3, *Kemalist Teh Parti İdeolojisi ve CHP'nin Altı Ok'u*, İletişim Yayınları, 1995, s. 25.

Özel sektörün ve müteşebbisliğin bayraktarlığını yapan DP'nin 1946'da kurulması ve 14 Mayıs 1950 seçimlerinde tek başına iktidara gelmesi ile birlikte yeni bir dönem başlamış oldu. "Her mahalleye bir milyoner" sloganıyla tarihe mal olan bu yeni dönemde siyasetçiler, bürokratlar ve tüccarlar sacayağından oluşan bu seçkinler kulübüne üye olan tüccar ve sanayicilerin sayıları gitgide artmaya başladı. Böyle bir değişim tabiatıyla toplumsal hayata da yansdı ve bu yeni türedi zenginler sınıfının gösterişe kaçan davranışları, dönemin basını ve özellikle mizah dergileri tarafından "kalantor", "hacı ağa" gibi tiplmeleriyle kıyasıya eleştirildi. Eleştirilerden paylarını alanlar arasında Avrupa seyahatlerinden birden çok bavulla ve kürk mantoyla dönen siyasiler ve eşleri de yer aldı.

1950'lerden '70'lere kadar Avrupa, gerek Türk işadamlarının ve gerekse siyasetçilerin örnek aldıkları tek kıta durumunda idi. Amerika ise Türkiye'nin siyasi hayatı üzerinde ağırlığını hissettiriyorsa da ulaşım teknolojisinin henüz tam gelişmemesi nedeniyle ulaşılmaz bir uzak diyar intibasını taşımakta olup Avrupa ile henüz boy ölçüşemiyordu. Türkiye'nin tüketim ve toplumsal referansları için Avrupa, özellikle Fransa ve İtalya, tek odak noktası idi. Türkiye'nin Amerika hakkındaki izlenimleri ise gazetelerin düzenledikleri çekilişlerde "Amerika seyahati" ikramiyesini kazanan talihli okurların gidecekleri bir "hayaller ülkesi" olmasından ve bazı gazetecilerin haftalarca süren Hollywood ve kıta Amerika'sı röportajlarından ibaretti.

Bu durum 1970'lere kadar devam etti. '70'lerin ortasından itibaren Amerika gitgide Türkiye'nin gündemini işgal etmeye başladı. Kıbrıs sorunu, silah ambargosu, ASALA'nın Türk diplomatlarını ardı ardına öldürmesi ve onunla bağlantılı olarak Amerikan Kongresi'ndeki Ermeni lobisinin baskıları sonucunda kongreye sunulan soykırım tasarıları gibi olaylar, Amerika'nın Türkiye'nin siyasi gündemine oturmasına yetti. Ancak buna rağmen Türkiye'deki seçkinler için Avrupa tüketim ve kültür alanında referans olmaya devam etti. Seçkinler veya dönemin tabiriyle "sosyete" lüks tüketime ve gösterişe düşkün olmasına rağmen '70'li yılların sağ-sol çatışmaları ve siyasi bunalımları ile dolu olan ortamında kendilerini ka-

muoyunda çok fazla ön plana çıkartmamaya ve daha sivil bir hayat sürmeye azami şekilde gayret ettiler, Mercedes ve BMW arabalarını Levent'teki villalarının garajlarına bırakıp işe Reno veya Murat arabalarıyla gidip geldiler. '70'li yıllar el altından satılan kaçak viskiler, Amerikan pazarları, kaçak İngiliz kupon kumaşları, orijinal Levi's blucinleri ve ithal kozmetikleri evlere ve işyerlerine çantalar içinde pazarlayan küçük kaçakçılar ve "kırmızı Marlboro"lar devri olup gösteriş devri değildi, zira fazla gösteriş meraklısı olmanın karşılığında fidye elde etme amacıyla sağ veya sol örgütler tarafından kaçırılma tehlikesi mevcuttu.

Türkiye'nin seçkinleri bu sıkıntılı dönemi kazasız belâsız atlattıkları için azami gayreti gösterdiler ve 12 Eylül sabahı radyolardan Orgeneral Kenan Evren'in gür sesini duyduklarında da derin bir nefes aldılar ve ferahladılar. Artık her şey kontrol altında idi, grevler sona ermiş, sendikacılar tutuklanmıştı. Bir dönem kapanmış olup yeni bir devir başlamaktaydı. Bu yeni dönemde devrin ünlü işveren sendikaları başkanı Halit Narin'in dediği gibi "şimdi gülme sırası bizde" idi, yani büyük sanayicilerde...

Bu gülmenin çok tiz perdeden atılan güven dolu kahkahalara dönüşeceğini, bu kahkahaların yazları ultralüks yatılarda, kışları ise en lüks lokanta ve barlarda elde şampanya kadehleri ve Küba puroları eşliğinde uzun yıllar boyunca kamuoyunun kulağında çınlamaya devam edeceğini herhalde o tarihte, başta Halit Narin olmak üzere, büyük sanayici ve işadamlarından hiç kimse pek aklına getirmemişti. İşadamları 12 Eylül sonrasının kendileri için daha iyi bir dönem olacağı konusunda hemfikirlerdiler zira askerî bir rejim ve sendikaların fesh edildiği bir ortamda "işler" ancak iyiye gidebilirdi...tabii ki. Ancak işadamları arasında bu iyi gitmenin tarifi konusunda hiç kimsenin pek fazla bir fikri yoktu. İşler çok iyi mi, yoksa fevkalade iyi mi gidecekti, bunu anlamak için Turgut Özal'ın başbakan olmasını beklemek gerekiyordu.

Turgut Özal'ın başbakanlığı ile birlikte artık yeni bir dönem başlamaktaydı. Bu dönemin başaktörleri Amerikan filmlerindeki çok-uluslu şirketlerin üst düzey yöneticilerinin birer yerli

uyarlaması gibi havaalanlarından havaalanlarına zıplarcasına, uçarcasına koşan bond çantalı genç yöneticiler, büyük işadamları ve Özal'ın büyük devlet adamı öngörüsüyle "bir gün ikibuçuk gazete kalacak" kehanetinde bulunduğu ve bu kehaneti de '90'ların başında nihayet gerçekleşip iki büyük grubun tekeline indirgenecek olan bir medya dünyasının gazeteci-yazarları idi.

Tek kelimeyle bu yeni dönem artık iş âlemi ve medya seçkinlerinin dönemi idi. 1970'li yıllarda hattâ ve hattâ Turgut Özal'ın başbakan olduğu 1983 yılında bile hiç kimse seçkinlerin gelecek birkaç yıl içinde yetmişli yıllardaki ürkekliklerini ve tedirginliklerini çoktan geride bırakıp neredeyse teşhirciliğe ve meydan okumaya varan bir şekilde kamuoyuna "bu ülkenin esas yöneticileri ve kamuoyu oluşturucuları bizleriz" mesajını vereceklerini düşünmemişti doğrusu....

'80'lerin ortasından itibaren kamuoyunda arz-ı endâm etmeye başlayan bu yeni seçkinler için, liderleri Özal'ın iflâh olmaz Amerika hayranlığı nedeniyle, artık örnek alınacak kıta Avrupa değil Kuzey Amerika idi. Dahası '80'lerde beliren bu yeni nesil genç işadamları, kendilerinin ömür boyu üyesi oldukları seçkinler kulübüne giriş şartlarını da değiştireceklerdi. Artık seçkin sayılmak için sadece ve sadece tüccar, sanayici ve varlıklı olmak yeterli bir ölçüt değildi. Artık müstakbel üyelere maddi varlıkların yanı sıra başka koşullar da aranıyordu. Bu koşulları ise iş âleminin ve kamuoyunun "kanaat önderleri" tespit ediyorlardı. Batı'ya karşı doğru bir imaj yansıtma çabasında olan Türkiye artık deyim yerindeyse kendine bakmayı öğrenmişti. Bu yeni temayül siyasetçiler, bürokratlar ve işadamları tarafından önce "öpüşmeyelim, el sıkışalım" sloganı ile kamuoyuna mal edildi, daha sonra "bıyıklarımızı keselim" sloganı ile devam etti. Dışarıdan bakıldığında tuhaf hattâ ve hattâ eğlenceli gözükken bu kampanyalar Batı'nın zihninde cürufu halen mevcut olan "Ortadoğulu Türk" figürüne karşı bir cevap olma iddiasını taşıyan "medent ve Batılı Türk" figürünü yaratma projesinin ilk adımlarını teşkil etti. Buna kısa bir süre sonra birkaç yabancı dil bilmek, kendini hayır işlerine ve sivil toplum faaliyetlerine vakfetmek, koleksiyoner olmak ve en

nihayet bu figürün vazgeçilmez tuzu biberi olan liberal-milliyetçi olmak gibi zenginleştirici başka unsurlar da eklendi. Böylece yeni seçkinler '80-'90'larda kulüplerine yeni üye kaydederlerken bu adayların kendi tasavvur ettikleri ve giriş şartlarını kendileri tayin ettikleri "Geleceğin Türkiye-si"ne uyum sağlayacak adaylar olmasına dikkat etmeye başladılar.

GELECEĞİN TÜRKİYESİ'NİN MİLLİ İNSANI

"Geleceğin Türkiye-si"nde yaşama lezzetinin tadını çıkarmadan önce o âleme uyacak olan aile ve insan tiplerine bir göz atmak öğretici olacaktır. "Batılı Türk kadını" prototipinin bir zamanlar önde gelen temsilcisi olan Tansu Çiller'in başbakanlığı sırasında "21. yüzyıl ailesinin bir günü"nü tasvir ederken çizmiş olduğu şu resim kentli üst sınıfa ait Türk ailesinin modelini teşkil etti: "Sabah baba kalkıyor. Hemen tansiyonu ölçülüyor, sağlık kontrolü yapılıyor. Ardından duşa giriyor, sterilize oluyor. Duşa borsayı izliyor. Evin çocuğu bilgisayarla ödevini gönderiyor. Okula gitmeye gerek kalmıyor. Evin beyi bilgisayarla alışverişe başlamış bile. Kadınların etkin olacağı bir yüzyıl olduğundan erkekler alışveriş gibi ev işlerini yapıyor. Hanım iş için bir günlüğüne Tokyo'ya gidiyor ve akşama dönüyor."⁴

Geleceğin Türkiye-si'nin yaşam standartlarının omurgası bol para kazanmaya ve onu tüketmeye dayandığı için bu standartlara uyacak olan Türk insanı tipi her şeyden önce genç ve güzel olmalı ve bol para kazanmalıdır. Kamuoyu tarafından yaygın bir şekilde kabul edilen gerçek bu olunca, reklamlarda bile yeni Türk insanının görünümünü yaygınlaştırmaya yönelik mesajların yer alması da gayet doğal bir gelişme oldu: "Pamukbank reklamı; Asansörde herkes mavi gözlü. Sonra bankayı gösteriyor; müşteriler mavi gözlü, sarışın veya kumral. Komili banyo; sarışın, mavi gözlü bir bebek, düşün altında kumral anne ve baba. Akbank reklamı (hani şu dördüzlerin olduğu), üç tane sarışın, mavi gözlü hemşire."⁵ '80 sonrasının seçkinleri arasında mümtaz yerini alan Hürriyet gazetesi

4 Umur Talu, "Bir rantiyenin global ailesi", Milliyet, 13.2.1995.

5. Ruhut Mengi, "Tip değiştiriyoruz", Sabah, 29 Mayıs 1995

genel yayın yönetmeni Ertuğrul Özkök'ün yeni Türk insanını tarif eden şu cümleleri halen güncelliğini korumakta: "Türkiye, çoğu kimsenin henüz keşfedemediği ve asla da keşfedemeyeceği yeni bir insan yaratıyor. Bu yeni insan, yaşama tarzı, değerleri, kılık kıyafeti, kültürel tüketimi ile tam anlamıyla Batılı." Bu yeni insan tipi Batılı bir yaşam tarzını kendine kible olarak seçmiş olmasından ötürü siyasi tercihini de net bir şekilde yapmış durumda. Bu tercih de Özkök'ün yeni Türk insanı prototiplerini keşfettiği bir Ankara barının duvarına asılmış olan fotoğrafla ifade edildi: "Bütün bu ultra modern dekorun tam ortasında asılı duran bir fotoğraf ise, sizi düşünceler dünyasına götürüyor. Fotoğrafta Atatürk bir kadınla dans ediyor. Hepimizin bildiği o meşhur resim. Siyaset tasvirlerimizin en tanınmışlarından birisi. London Illustrated News gazetesinin kapak sayfasındaki o tanınmış fotoğraf. Atatürk güzel bir kadınla dans ediyor." Ertuğrul Özkök'ün yeni nesil Türkler için kendisine örnek olarak seçtiği bar işletmecisi üç Ankaralı gencin kılık kıyafetine de aldanmamak gerekir. Zira Batılı görünmelerine rağmen her biri sıkı birer Türk milliyetçisi: "Üçünün saç tıraşı da modern. Birinin ensesinden kat kat yükselen kup, yeni evrensel genç portresini ortaya çıkarıyor. Öteki ikisinin alabros saç kesimi ise, Amerikalı asherin Vietnam'da başlayıp Körfez Savaşı'nda dünya vatandaşı haline getirdiği yeni bir insan tipinin prototipini çıkarıyor. Kısaca üçü de evrensel. Üçü de evrensel ama, üçü de, sandığımızdan çok, ama çok daha fazla 'Milli.' Girişteki yaksel direkte dalgalanan Türk bayrağı, içerdeki Atatürk fotoğrafı ve Türkiye'nin en hayati sorunlarına bakışları, ortaya yeni bir 'Milli insan' tipi çıkarıyor."⁶

Aynı millî insan tipine 24 Aralık seçimlerinin sonrasında "şeriat geliyor" panigine kapılan genç yöneticilerde de rastlandı. 24 Aralık seçimlerinden sonra aniden panige kapılan "büyük bölümü bankacı, sigortacı, borsa aracı kurumlarında broker olan" ve kendilerini "Çağdaş Türk gençleri" ola-

rak tanıtan yaklaşık onbin civarında genç yönetici "Gidecek başka Türkiye Yok! Birlik Olalım!" haykırışıyla örgütlenmeye çalıştılar ve kendilerini şöyle tarif ettiler: "Her biri genç yaşta mesleklerinde başarıyı yakalamış gençler, iyi giyinmek, kaliteli lokantalarda yemek yemek ve tatillerini İstanbul dışında geçirmekten hoşlandıklarını söyleyip ekliyorlar: 'Türkiye'yi de çok seviyoruz' (...) Gençler hareketin sürekli geliştiğini belirterek 'Atatürk'ün emanetine sahip çıkmanın tam zamanı' diyor."⁷

GELECEĞİN TÜRKİYESİ'NİN GENÇ KENTLİ SEÇKİNLERİ HANGİ GAZETELERİ OKUMALI?

İkibinli yılların Türk insanının estetik ve siyasi profili bu şekilde berraklaştıktan sonra aynı insanın birer tüketim makinası olduğunu unutmamak gerekir. İnsanların tüketici durumuna indirgindikleri bir ortamda iş âleminin hedeflediği tabii ki, kalburun üstünde kalan üst düzey tüketiciler, diğer bir deyimle toplumun yeni seçkinleri oldu. Para kazanmanın ve "iyi yaşama"nın tek hedef olduğu bir ortamda banka reklamları da ister istemez bu "hedef kitle"ye hitap etti ve bankaların reklamlarında rol alan yirmi-otuz yaş dilimi arasında genç profesyonel yönetici görünümü genç kız ve erkeklerin tümü hayatlarından son derece memnun, başarılı, "gelecek vaad eden" kişiler havasını yansıttılar.⁸

Özellikle medyanın ilgisine mazhar olan bu kalburüstü tüketiciler için birçok kez piyasa araştırmaları yapılarak onların birer profili çizilmeye çalışıldı. Bunu yapmaktaki esas amaç da medyanın ayakta durmasına neden olan reklamların ve o reklamlarda yer alan ürünlerin, o medya organını okuyan/seyreten/dinleyen insanların gerek gelir ve gerekse kültür düzeylerine hitap edip etmediklerini ölçmek oldu. Bu araştırmalar sonucunda çıkan profiller de aşağı yukarı birbirlerine benzediler. Gerek CINE 5 seyircisi ve gerekse toplumun üst katmanlarına ve yeni genç kentli elitlere hitap eden Yeni Yüzyıl ve Radikal gazetelerinin okurları türdeş bir profil çizdiler: ortalama otuz yaşlarında, video kamera, bilgisa-

6 Ertuğrul Özkök, "Yeni milliyetçilik", *Hürriyet*, 21 Aralık 1992. Doksanlı yılların bu yeni milliyetçilik tezahürlerinin ayrıntılı bir incelemesi için bkz. Tanel Bora, "Türkiye'de milliyetçilik söylemleri: Melez bir dilin kalın ve düzensiz lügati", *Birikim*, Kasım 1994, S. 67, s. 9-24.

7 Ercüment İşleyen, "O ilanın sahipleri", *Milliyet*, 19.4.1994.

8 Türkiye İş Bankası A.Ş.'nin "Yatırım hesabı" reklamları, *Dunya*, 13.5.1996; *Hürriyet*, 19.5.1996; *Milliyet*, 26.5.1996.

yar, telesekreter gibi teknolojik nimetlerden yararlanan, aylık ortama kazançları ülke vasatının yaklaşık dört katı, yılda en az bir kere tatile çıkan, uçakla seyahat eden, kalite ve modanın onlar için ayrılmaz bir bütün olduğu seçkin bir tüketici grubu.⁹ Yeni Yüzyıl'ın kapanması ile birlikte kentli genç elitlere hitap eden tek gazete kaldı: *Radikal*. Bu gazetenin reklam gelirlerinden elde ettiği payı artırma amacıyla yaptırmış olduğu bir araştırma ile yeni Türk seçkinlerinin birer *Radikal* müptelası oldukları da ortaya çıkmış oldu. Gazetenin yaptırmış olduğu okur profili araştırmasına göre "ekonomik özgürlüğünü kazanmış, tasarruf ve yatırım kararlarını kendi veren kişiler" olan bu okurlar üst ve orta üst sosyo-ekonomik gruplara ait kişiler oldular. *Milliyet*, *Hürriyet* ve *Sabah* gazetelerine kıyasla *Radikal* okurları arasında daha fazla sayıda lise ve üniversite mezunlarına rastlandığından ve bu okurların diğer gazetelere kıyasla çok daha yüksek oranda sinemaya, tiyatroya, baleye, konsere, operaya gitmelerinden dolayı *Radikal* okurlarının çok daha kültürlü olduğu anlaşıldı. Teknolojik ürünler müptelahı, tatil yapma ve çok daha fazla dışarıda yemek yemeyi tercih etme alışkanlığı da *Radikal* okurlarının diğer özellikleri arasında yer aldı.¹⁰

Radikal okumak kentli genç seçkinlerin olmazsa olmaz özelliklerinden biri haline gelince bu müşkülpesent ve rafine okur kitlesini bir sosyal kulüp havasında biraraya getirmek için bir çare düşünüldü ve onların biraraya gelmelerini sağlayacak bir mekân bulundu. Artık 1999 yılının Mart ayından itibaren "Radikalciler" saat 18.00-22:00 arası İstanbul'da Demode Bar'da "Radikal Happy Hour" geçirebilecekler ve "evlerini aratmayacak bu mekânda gazetelerini okuyup, dostlarıyla buluşabilecek"ler.¹¹ Okur profili böyle olunca geleceğin müstakbel işadamları ve üst düzey profesyonel yöneticileri olacak olan Boğaziçi

Üniversitesi öğrencilerinin de gazeteler arasında en çok *Radikal*'i okumaları pek sürpriz olmadı.¹² Kentli genç profesyoneller bu gazeteyi okumanın beraberinde getirmiş olduğu ayrıcalığın tadını da doya doya çıkardılar. Kremlin Oda Orkestrası'nın Fethiye Hillside Beach Club'de verdiği konserlerden yararlanmak isteyen klasik Batı müziği müptelası *Radikal* okurları, bu tesiste bir hafta konaklamaları halinde "Radikal okuyorum" sihirli sözleriyle yapacakları bir rezervasyonla *Radikal*'in özel konuğu olarak bir konseri ücret ödemedi izleme imkânına sahip oldular.¹³ Hayal Kahvesi'ne gitmek isteyen *Radikal* okurları beraberlerinde gazetede yayımlanan kuponu getirmeleri halinde iki milyon lira indirimden yararlandılar.¹⁴ Keza gazetenin üçüncü kuruluş yıldönümü için fikirlerine başvuru alanlar toplumun önde gelen işadamları, yazarları ve meslek odaları başkanları, tek kelimeyle seçkinleri, veya günün moda deyimiyle, "kanaat önderleri" oldu.¹⁵

Radikal türünün ne ilk ne de son örneğidir. Bir dönem haftalık olarak yayımlanan *Pazar Postası* gazetesi de toplumun seçkinlerini hedef aldı ve dokuzbin nüshasını satışa sunarken 28.485 nüshasını ücretsiz olarak üniversitelere, beş yıldızlı otellere, şirket yöneticilerine, reklam ajanslarına, TÜSİAD'a, TÜGIAD'a, Koç Holding'e, Sabancı Holding'e, banka genel müdürlüklerine ve IMKB'ye dağıttı.¹⁶

Amerika'yı bir kültür abidesi ve New York'taki Hürriyet Abidesi'ni bir yol gösterici olarak bellemiş olan seçkinlerin basındaki temsilcileri tabii ki yenilik yaptıklarında Amerika'daki meslektaşlarını örnek aldılar, örnek almakla yetinmeyip hedef okur kitlesi olarak da sadece seçkinleri hedef aldılar. Böylece *Milliyet* gazetesi *The Wall Street Journal*'in bir özetinin Türkçesini bir süre pazartesi günleri ek olarak verdi. Bu muazzam basın devrimini gerçekleştiren *Milliyet*'in ilk eki

9 Foti Benlisoy, "CINE 5 seyircisi en iyiyi seçer. Beyaz Türk profili", *Express*, Yıl 2, S. 67, 5 Mayıs 1995; "İşte Yeni Yüzyıl okuru", *Yeni Yüzyıl*, 30.3.1996

10 *Radikal*'in 4. Dönem BIAK Araştırması bir yıllık kümülatif sonuçları. Kasım 1998; Pınar Demirbaş Degerli, "Radikal okurları çok özel", *Radikal*, 27.1.1999.

11 "Radikal'le mutlu saatler", *Radikal*, 11.3.1999.

12 "Boğaziçililerden Radikal'e ödül", *Radikal*, 27.5.1999.

13 "Radikal sizi bir klasik müzik şölenine davet ediyor!", *Radikal*, 24.6.1999

14 *Radikal* İki, 27.6.1999

15 "Düşüncede lider", *Radikal*, 9.7.1999

16 "Pazar Postası 42 bin kişiye ulaşıyor", *Pazar Postası*, 18.11.1995.

verdiği gün fikrine başvurduğu toplum önderleri ve kanaat oluşturuçuları arasında Koç Holding, Sabancı Holding, Eczacıbaşı Holding, İKV ve TÜSLAD başkanları ve üniversite öğretim üyeleri yer aldı. *The Wall Street Journal* eki Boğaziçili işletme ve iktisat öğrencilerinin kendilerini Boston, New York veya Washington'da hissetmeleri konusunda çektikleri en büyük eksikliği de gidermiş oldu: ayaklarına kadar gelen *Wall Street*'in gazetesi. Güneşli bir Mayıs sabahında Coca-Cola kutuları eşliğinde kampüsün çimenlerine yayılmış ve *The Wall Street Journal* ekini ciddi bir ifadeyle inceleyen Boğaziçili genç kız öğrencilerin *Milliyet*'te yer alan fotoğrafı, basın alanındaki bu büyük devrimin, geleceğin genç yöneticileri tarafından da harearetle desteklendiği görüntüsünü de tamamlamış oldu.¹⁷ Bu büyük yenilik siyasi seçkinlerin derin ilgisine mazhar oldu. Milletvekilleri, TBMM Kütüphanesi'nde "*The Wall Street Journal* ekini pür dikkat incelerken" pozunu vermeyi de ihmal etmediler. DSP milletvekili Uluç Gürkan *The Wall Street Journal*'in kendisi için neyi temsil ettiğini veciz bir şekilde hatırlattı: "Geçmişte *The Wall Street Journal*'i okumak, zaman zaman benim de kendimi kaptırdığım bir ayrıcalıklı olma özenti-siydi."¹⁸

Keyiflerine düşkün toplumun üst kesimlerinde yer alan kentli genç seçkinleri hedef alan basın alanındaki bir diğer yenilik *The New York Times*'in pazar ekini örnek alan kısa süreli *GazetePazar* tecrübesi oldu. *GazetePazar*'ın ilham kaynağını ve kimleri hedeflediğini anlamak için Ertuğrul Özkök'ü okumak yeterlidir: "Ne zaman bir Pazar sabahı New York veya Washington'da olsam, hep o aynı keyif anını sabırsızlıkla beklerim. Sedat Ergin'in Washington'da bulunduğu yıllardı. Onun, pencereleri ormana dokunan evinde kahrımdı. O aydınlık mutfak ve salon halâ gözümün önünde. Mis gibi bir kahve, hafif bir caz müziği ve plastik torba içinde kapının önüne bırakılan New York Times Gazetesi'nin Pazar sayısı. Belki 150, belki 200 sayfa. Çeşitli bölümlerden oluşuyor. Ana gazetesi, kültür ve sanat bölümleri, moda, spor ve ekonomi bö-

lümüleri. Ve hayat. Alışveriş zevkini, sinemaları, tiyatroları, gece kulüplerini, restoranları, seyahat edilebilecek güzel yerleri Pazar sabahına getiren gazete sayfaları.

Bir yudum kahve, bir yudum müzik ve bir yudum hayat. Daha doğrusu hayatın en güzel bölgele-ri. Anlayacağınız; hayatın hayat kısmı. Yarından itibaren Türkiye'ye de öyle bir gazete geliyor. 108 sayfa. Ama eminim New York Times'a yetişecek. (...) Yarın işte böyle bir gazete yayın hayatına başlıyor. Pazar sabahını daha keyifli hale getirecek, Pazarı daha sevdirecek bir gazete. (...) Bir yudum kahve, bir yudum müzik ve bir GazetePazar. 108 sayfa ve sadece 30 bin lira."¹⁹

SEÇKİNLER İÇİN VAAD EDİLMİŞ TOPRAKLAR : AMERİKA AMERİKA!

'80-'90'ların Türkiye'sinde gerek üniversite çağın-daki gençlerin, gerek iş hayatına yeni atılmış kentli genç ve yaşları kemâle ermiş seçkinlerin kible olarak belledikleri tek bir ülke oldu: Amerika.

Kişilerin içinde buldukları yaş durumlarına göre Amerika değişik bir çekim merkezi oluşturdu. Bu önce köşe yazarlarının Amerika'daki üniversiteleri alayıp pullayan bir üslûpla sütunlarında tanıtımlarıyla başladı. Köşe yazarları bunlarla da yetinmeyip neredeyse teşhirciliğe varan bir şekilde çocuklarının Amerika'da üniversiteye adım atışlarını da günlerce heyecanlı bir tefrika gibi nakletmekte de pek bir sakınca görmediler.²⁰ Türk toplumunun medyadaki seçkinleri Amerikan üniversitelerini tanıtmayı bitirdiklerinde bu kez Amerika'da okuyan "Genç Türkler"i tanıttılar. Bu yeni nesil "Jön Türkler" her nedense genellikle toplumun en seçkin işadamlarının veya basın mensuplarının mahdumları veya kızları ol-

19 Ertuğrul Özkök, "Bir Pazar Gazetesi", *Hürriyet*, 25.1.1997.

20 Tefik Gungör müstear adını kullanan Gungör Uras biricik kızının Brown Üniversitesi'ne girişini bir tefrika halinde kamuoyuna mal ederek bu konuda önemli bir toplumsal görevi yerine getirmiş oldu: Tefik Gungör, "Amerika'da okumak", *Dünya*, 26.9.1990; Tefik Gungör, "Vartan Gregorian", *Dünya*, 27.9.1990; Tefik Gungör, "Amerika'da bir üniversitenin açılışı", *Dünya*, 28.9.1990; Tefik Gungör, "The Critical Review", *Dünya*, 1.10.1990; Tefik Gungör, "J.C. Nelson", *Dünya*, 2.10.1990.

17 "The Wall Street Journal ellerde dillerde", *Milliyet*, 7.5.1996.

18 "Milliyet'in The Wall Street Journal'i Meclis'te", *Milliyet*, 8.5.1996.

dular. Bu konuda Ak Sigorta üst düzey yöneticilerinden, bir dönemin TÜSIAD genel sekreteri ve günümüzün çift müstear adlı köşe yazarı Güngör Uras ile Mehmet Barlas'ın kızı Ela Barlas'ın Amerika'da okuyan veya yeni mezun olup çalışmaya başlayan Türk gençlerini tanıtan yazıları neredeyse günümüzün ve geleceğin Türkiye'sinin "Kim Kimdir?" rehberi niteliğini taşıdı. Yazıda adları geçen gençlerden bazı örnekler vermek gerekirse şunlarla yetinebiliriz: Doğan Holding'in sahibi Aydın Doğan'ın kızı, Koç ve Sabancı holdinglerinden Ali Koç ve Ali Sabancı, Özal döneminin yıldızlarından Şerif Egeli'nin oğlu (aynı zamanda Selim Egeli'nin yeğeni); Dışişleri Bakanı İsmail Cem'in kızı, Komili Holding'den Ayşe Komili'nin kızı, Garanti Bankası ile Toprakbank yönetim kurulu başkan ve başkan yardımcısının mahdumları vs. vs.²¹ Aynı Güngör Uras Amerika'da finans sektöründeki istihdam imkânlarını ve ücret düzeylerini de teferruatlı bir şekilde konu etmeyi de ihmal etmedi.²² Yüksek öğrenimini Amerika'da yapmak, seçkinliğin en önde gelen niteliklerinden biri oldu. "Amerika'da okumak" öyle yaygın bir hal aldı ki bu olgu Amerika'da öğrenim gördüğü üniversiteden birincilikle mezun olan bir Türk gencinin bu başarısından ailesinin *Hürriyet* gazetesi aracılığı ile haberdar olmasından, Amerika'da bir üniversitenin kütüphanesinde çalışan bir Türk öğrencisine annesinin Telsim kartlı cep telefonu ile Galatasaray maçını dinletmesine ve en nihayet "dünyanın her yerine havale (Örneğin Baton Rouge'daki oğlunuza bilgisayar için gereken 1486 dolar hemen elinde)" cümlesiyle bir banka reklamına kadar birçok yazılı ve görsel reklam senaryosunda bolca kullanılan bir tema oldu.²³ Türk öğrencilerin Amerika'nın önde gelen üniversitelerine kabul edilmelerine veya oradan mezun olmalarına basında oldukça geniş yer verildi. Her nedense bu gençler

olgun yaştaki seçkinlerin kızları veya mahdumları oldular.²⁴

Hal böyle iken Türkiye'de son yıllarda açılmaya başlayan vakıf üniversitelerinin kendilerini topluma tanıtmada öne çıkardıkları en belirgin özellik de tabiatıyla "seçkinlik" oldu. İstanbul Bilgi Üniversitesi'nin açılışı basının özel ilgisine mazhar oldu. Açılışın methiyesi "Türk Harvard'ları doğuyor",²⁵ veya "Bilgi Üniversitesi mucizesi.." başlığıyla²⁶ veya bir köşe yazarının Bilgi Üniversitesi'nde okuyan oğlunun hukuk sınavına gireceği haberini üniversitenin adını siyah karakterlerle yazarak okurlarıyla paylaşması şeklinde tezahür etti.²⁷ Ülkemizin medarı iftihar ve ulaşılmaz bir seçkinlik abidesi olan Robert Kolej'in "class of 95" ile mezun olan yüzotuziki lise öğrencisinden elliikisinin Amerikan üniversitelerine kabul edilmiş olmaları, diploma töreninde mezunlar adına söz alan genç öğrencinin gelecekle ilgili yaptığı projeksiyonda bazı arkadaşlarına ilerideki hayatlarında uygun görmüş olduğu muhtemel meslekler ve meşgaleler arasında NBA'da basketbol oynamak, Broadway müzikallerinde başrollere çıkmak, veya "geleceğin başbakanı" olmak gibi herkesin imrenebileceği kremanın kreması mevkiiler bir tesadüf değildir. Çünkü sadece 18-19 yaşlarında olan genç Robert Kolej mezunları o genç yaşlarında bile artık önlerinin açık olduğunun ve geleceğin müstakbel seçkinleri arasında yer alacaklarının bilincindedirler.²⁸

Amerika sadece eğitim için örnek alınan bir "süt ve bal ülkesi" olmadı. Amerika, NBA basket-

21 Ali Rıza Kardüz, "New York'taki gençler", *Sabah*, 21 Kasım 1994; Ela Barlas, "Yurtdışında öğrenim gören gençler gelecekte Türkiye'nin dümeni onlarda", *Pazar Postası*, 6 Mayıs 1995, s. 12

22 Ali Rıza Kardüz, "Yatırım bankaları", *Sabah*, 29 Kasım 1994

23 Örneğin Finansbank'ın ilanı: "Dünyanın her yerine havale (Örneğin Baton Rouge'daki oğlunuza bilgisayar için gereken 1486 dolar hemen elinde)", *Hürriyet*, 31 Mart 1996.

24 "Oç süper öğrenci", *Hürriyet*, 1 Ocak 1999. Sözü edilen öğrencilerden biri THY yönetim kurulu başkanı Cem Kozlu'nun oğlu, diğer ikisi ise üniversite öğretim üyelerinin çocuklarıdır. Ayrıca şu haber de örnek gösterilebilir: "Beş Türk kızının Harvard başarısı", *Hürriyet*, 11.6.1999. Bu haberde sözü edilen öğrenciler Galatasaray Kulübü eski başkanı ve Tatko şirketler grubunun sahibi Alp Yalman'ın yeğeni ile Türker İnanoglu ve Gülşen Bubikoğlu çiftinin kızı oldu

25 Ertuğrul Özkök, "Türk Harvard'ları doğuyor", *Hürriyet*, 21.10.1997

26 Mehmet Ali Birand, "Bilgi Üniversitesi mucizesi", *Sabah*, 21.10.1997.

27 Yavuz Gökmen, "Hak ve nufet!", *Hürriyet*, 14.11.1998

28 "Eğitim rehberi" sayfasındaki muhtelif yazılar, *Milliyet*, 20.6.1995.

bol liginin maçlarının Kanal D'de verilmesinden,²⁹ Antalya'da düzenlenen uluslararası Interpol toplantısı için yapılan düzenlemelere kadar geniş bir yelpazede bir kültür ve uygarlık ülkesi ve modernizm ikonası olarak örnek teşkil etti. Antalya'daki toplantıda Amerika'nın nasıl örnek alındığını daha iyi anlamak için gene Ertuğrul Özkök'ün Antalya Emniyet Müdürü'ne verdiği veciz nasihatlerine ve gözlemlerine kulak verelim: "Interpol şefleri toplantısı burada yapılacak. Emniyet Müdürü anlatıyor. Antalya'ya ilk defa atlı polis getiriyorlarmış. Bütün koruma polislerine siyah gözlük taktıracaklarmış. Polis üniformaları elden geçirilmiş. Yani şehir, güzelliğine yakışır bir polis estetiğine kavuşmaya hazırlanıyor. 'Her şey San Fransisco'daki, Los Angeles'taki gibi olmalı' diyorum. Yani filmlerde gördüğümüz LAPD gibi. Los Angeles Polis Department gibi. ANPD; Antalya Polis Department. Son zamanlarda polis estetiğinde gözle görülür bir gelişme var. Önce İstanbul'da başladı. Bıyıklar gitti. Kılık kıyafette Batılı standartlar geldi. Yunuslarla birlikte polis tipi değişmeye başladı. Genç, yakışıklı delikanlılar, güzel kızlar, kemeri göbeğinin altına düşmüş klasik polis tipini metropol merkezlerinden uzaklaştırdı."³⁰

Türkiye'nin genç ve olgun işadamlarının Fransız Rivyerası'nda veya Miami'de villa almaları tüm seçkinler tarafından malûm olduğu ve kanıksandığı için artık daha büyük hayranlık uyandıracak teşebbüslerin yapılması da şart idi. Bu gerçeğin farkında olan Amerikan emlak şirketleri de Hürriyet gazetesine bir pazar günü verdikleri ilân ile seçkinlerin sakin bir şekilde geçirmeyi tasarladıkları pazar günlerini altüst etmeye çalıştılar. Dünyanın en yüksek konut binası olan New York'daki Donald J. Trump kulesinde sekizyüzbin ilâ bir milyon dolar arasında satışa sunulan iki, üç veya dört yatak odalı muhteşem dairelerinden birini satın alma fırsatı belki de artık hiçbir şeye şaşırmayacak kadar her şeyi kanıksamış olan seçkinlerimizin günlük hayatlarında kısa süreli bir fırtına yaratabilecektir.³¹

29 Ertuğrul Özkök, "Cuma gecesi tarikatı", Hürriyet, 4.4.1999.

30 Ertuğrul Özkök, "Türk Rivyerası'nda atlı polisler", Hürriyet, 20 Ekim 1996.

31 "Donald J. Trump presents the tallest residential tower in the world", Hürriyet, 13.6.1999.

Amerika'nın Türkiye'nin seçkinleri için bir kültür kablesi olduğunu da hatırlatmak gerekir. Türkiye'nin seçkinlerinin hayran oldukları 20. yüzyılın harikası bu büyük kuta içinde New York kendi başına bir önem taşır. New York sevgisi öyle bir hal almıştır ki, ülkemizin seçkinlerinin hayal âlemlerini süsler ve her şey ama her şey için New York bir mihenk taşı olma özelliğini taşır. Amerika'yı kapı komşusu yapmış olan seçkinlerimizin kültür ve damak tadı gereksinimleri konusunda öncülük, önderlik ve danışmanlık için üstlerine düşen görevleri kolesterollerini yükseltme pahasına cansiperane bir şekilde büyük bir istah ve hevesle yerine getiren köşe yazarları böylece büyük bir kamu hizmetini gerçekleştirmiş oldular. Medyanın prensleri, seçkinlerin New York veya Washington'da buldukları sırada kıymetli zamanlarını tiyatro ve müzikal programlarını karıştırmakla kaybetmemeleri için onların yerine her şeyi önceden inceleyip, seyredip, tadına bakıp görülmesi gereken piyesleri, müzikalleri, sergileri ve yemek yenilebilecek en iyi lokanta ve barları kendilerine tahsis edilmiş köşelerinde uzun uzun anlatarak böylece üstlerine düşen kamuoyunu bilgilendirme görevlerini de yerine getirmiş oldular.³²

Yılbaşını geçirmek için birkaç günlüğüne eşinizle birlikte New York'a gidip yılbaşı gecesini Manhattan'a bakarak geçirebilecek bir düzeye henüz erişemedinizse yani başka bir deyimle o seçkinler kulübünün henüz aslı üyesi olamamış iseniz üzülmenize hiç gerek yok. O mutlu an gelene kadar Çırağan Palace'da Boğaz'ın sularına bakarak kendinizi New York'ta tasavvur edebilirsiniz: "Burası New York, karşısı Üsküdar.. Buğulu bir ses Boğaz'a karşı söylüyor.. Az sonra "Big Band" sah-

32 Bu konuda basınıımızda bol ve bereketli miktarda yazılar mevcuttur. Temsili mahiyette örnekler olarak şunlar zikredilebilir: Mehmet Barlas, "Bir cadı masalının müzikali..", Sabah, 8.9.1995; Mehmet Barlas, "Julie Andrews yine sahnelerde..", Sabah, 25.11.1995; Ali Rıza Kardüz, "Londra'da 'Sunset Blvd.'", Sabah, 2.12.1995; Ali Rıza Kardüz, "Julie Andrews 65 yaşında her gece 3 saat dans edip şarkı söylüyor", Sabah, 9.3.1996; Ali Rıza Kardüz, "New York'da 'Bizans'ın pırlıtısı", Sabah, 12.3.1997; Mehmet Barlas, "Tiyatro, insana nefes aldırıyor..", Sabah, 18.5.1997; Mehmet Barlas, "Broadway bir film ve bir-müzikal..", Sabah, 26.5.1997; Derya Sazak, "Mavi Oda", Milliyet, 31.1.1999; Güngör Uras, "New York'ta 'Mavi Oda'", Milliyet, 13.2.1999.

ne alacak, ve Jazz, bütün güzelliğiyle saray duvarlarında yankılanacak... Sonra yeni yıl unutulmaz Broadway müzikleriyle gelecek... New York The Big Apple."³³

New York Türk burjuvazisinin seçkinleri nezdinde öyle inanılmaz bir çekim gücüne sahip oldu ki ünlü "New York New York" şarkısı bile bir insanın hayatını değiştirmesine neden oldu: "Liza (Minelli) New York New York'u söylerken yanımda oturan arkadaşım kız kardeşimin bu şarkı yüzünden New York'a yerleştiğini kulağıma fısıldadı. Bazen bir şarkı, bir hayat değiştirmeye yetebiliyor. Galiba Liza Minelli de bunu bilerek söylüyor."³⁴

Türkiye'de Amerika'daki yıllarının hayaliyle yaşayanların kendilerini fazla yalnız hissetmemeleri için İstanbul'da yeni açılan lokanta, café ve "gourmet store"lara New York'un ünlü ve en pahalı semtlerinden Manhattan ve Tribeca'nın adları verildi. "New York'da biri master yapan diğeri tekstil sektöründe çalışan iki Türk"ün hayallerini gerçeğe dönüştürmeleri sonucunda lokanta âlemimize en son katılanlardan biri olan Tribeca'nın müdavimleri arasında "basında fotoğraflarıyla değil de künyenin üst sıralarındaki isimleriyle yer alanlar, bagellarını dişlerken ABD'deki sabah kahvaltılarını anımsayanlar"a rastlamak şaşırtıcı olmadı, zira bu lokantanın hedeflediği müşteriler (pardon konuklar) Amerika deneyimli seçkinler oldu.³⁵ Tribeca sadece Amerikan mutfağını sunmakla yetinmeyip daha büyük ve ulvi tasarımları ve gayeleri olan bir café oldu: "Burada sadece Amerikan tatları bulunuyor, aynı zamanda insanın Amerika hasretine de derman oluyor!" Yeniköy'de bulunan bu mekânın müşterileri geleceğin müstakbel işadamları ve yöneticileri olacak olan Koç Üniversitesi'nin öğrencileri ile Borsa ve Maslak'taki iş merkezlerinin genç yöneticileri olunca tabii ki bu gençlere kendilerini Wall Street'de hissedecek bir ortam yaratmak şarttı. Bu hizmeti de New York deneyimli Tribeca'nın ortakları sağladı. Nasıl olduğunu anlamak için lokanta haberini süsleyen

şu resimaltı satırlarına bakmak yeter: "küçük Amerika gibi. Tribeca'da insan bir an için kendini Amerika'da hissediyor. Bunda yiyecekler kadar duvarlardaki New York fotoğrafları da etkili!"³⁶ Etkili olan bir diğer husus da lokantada okurlara sunulan The Wall Street Journal ile The Financial Times gazeteleri oldu.

Amerika hayranlığının doruk noktası yeni doğacak çocuklarının Amerikan vatandaşı olabilmelerini sağlamak için Amerika'da doğum yapan genç hanımlar oldu. Bunun nedenini ise bir genç anne şöyle izah etti: "Bebegimin ikinci sınıf insan muamelesi görmesini istemedim. Ne yazık ki, örneğin Avrupa'da Türk olduğunuzu anlayınca size karşı tavırları değişiyor. İkinci sınıf insan muamelesi yapıyorlar. Kızımın yurtdışına çıkmak için vizelerle uğraşmasını, kendini ispat etmek için kişiliğini ön plana çıkarmak zorunda kalmasını istemedim."³⁷

New York'un İstanbul'a kıyasla yeni nesil kentli Türk seçkinler nezdinde bıraktığı intibayı anlamak için kentli, seçkin ve kültürlü genç kadınların prototipi olan Güler Sabancı'nın New York'un en pahalı mekânı olan Beşinci Cadde'de satın aldığı yeni dairesinde vermiş olduğu davette Nilüfer Kuyaş'ın pencereden New York'un akşamı silüetine bakarak mırıldandığı şu unutulmaz satırlara bakmak yeterli olacaktır: "New York'a haksızlık etmemeliyim. Mimarisi berbat olabilir, ama yaşantısı muhteşem. Üstelik öyle mamur, öyle bakımlı ki. İnsan mamur kelimesinin anlamını orada kavriyor. New York'a kıyasla Paris ve Londra köy kaldı gözünde; İstanbul ise sadece bir mezra!"³⁸

"ÇAĞDAŞ İNSAN TEKNOLOJİYİ TAKİP ETMELİ AZİZİMİ"

Çağdaşlığın olmazsa olmaz koşullarından birisi teknolojik gelişmeleri yakından takip etme ve kendini sürekli yenileme oldu. Türk seçkinleri bu alanda da geri kalmamayı başardılar ve gelişen teknolojiye ayak uydurmakta zorluk çekmediler. Bir Türk genç kızının (tabii ki) bir Amerikalı ile

33 "Çırağan'da Yılbaşı - Burası New York, Karşısı Üsküdar...", *Hürriyet*, 23.12.1995.

34 Zeynep Göğüş, "Liza ve martılar", *Sabah*, 23 Temmuz 1995

35 Selin Feldman, "Pazar Şölenleri", *İstanbul Life*, 5. 36, Mayıs 1999, s. 38-40.

36 Banu Göçmen, "İki Türk'ün Amerika rüyası Tribeca", *Tempo*, S. 593, 22-28 Nisan 1999, s. 120-121.

37 Bülent Cankurt, *Ahtüel*, s. 208, 29.6.1995, s. 32-35

38 Nilüfer Kuyaş, "New York, New York", *Gazetepazarı*, 20.9.1998.

evlenmesi haberinin Internet aracılığıyla elektronik ortamda tüm dünyaya nakledilmesine karar verildi. Genç gelin adayı da bu kararını "yeni millî insan"ımızın aslı görevleri arasında yer alan "Türkiye'yi Batı âlemine tanıtmaya" görevine yaraşır bir şekilde "Türkiye'nin adını Internet'te bir kez daha duyurmak için bu yolu seçtim. Dünyadaki birçok insan Türkiye'yi ve Türk insanını yakından tanıyacak" diye açıkladı,³⁹ basın da bu müstesna olaya sütunlarında lâyiqliyle yer verdi.⁴⁰

Bilgisayarlar ve cep telefonları köşe yazarlarının özel ilgi ve uzmanlık alanları oldu. Kentli, kültürlü ve seçkin genç erkeklerin prototipi olan gazeteci Murat Birsnel elektronik bankacılık reklamına da çıkarak teknoloji konusundaki rüştünü de ispat etti. Cep telefonu Amerikan filmlerinde rastlanan romantik karşılaşmalara da neden oldu. Kentli genç erkekler için Murat Birsnel'in temsil ettiği modelin genç kadınlar nezdindeki muadili olan Nilüfer Kuyaş'ın, "*Kıyıda biraz oyalanıp karşı yakayı seyrettim; bulutlardan kırılarak süzülen güneş Anadolu kıyısını altın gibi aydınlattı, yapıların çirkinliği ortaya çıktı, yine de ışığın büyüme kapıldım. Kaldırımın en ucuna yürüyüp keyifle gerindim, denize doğru eğilip sığ suyun dibindeki parıltıları seyrettim*" satırlarıyla okuruyla paylaştığı o müstesna Boğaz gezintisi sırasında cep telefonunu denize düşürmesi minik çapta bir "love story" nin yaşanmasına yol açtı. Nilüfer Hamm'in imdadına tabii ki, hiç de Türk'e benzemeyen Amerikan tipli bir genç adam koştu: "*O sırada genç bir adam geldi kıyıya. Blucinli, rüzgâr ceketli, sarı saçlı, açık renk gözlü.*" Bu genç adam Nilüfer Hanım'ın telefonunu kurtardıktan sonra kendisini tanıttı ve böylece bu nazik beyin Nilüfer Hanım'ın klasında olduğunu, İstanbul'un "çirkin binaları" konusunda onunla aynı kaygıları paylaştığını ve, ne büyük sürpriz, ABD'ye yerleşmeyi tasarladığını öğrenmiş olduk: "*Mimarmış. Adı Erce. Yakında ABD'ye yerleşmeyi düşünüyor. Tabii, dedim, Türkiye bir*

mimar için pek keyifli olmasa gerek; birlikte altın ışığın parlattığı çirkin binalara baktık."⁴¹

"BİZLER SEÇKİNLERİZ, BİZDE OLAN HERKESTE OLMAMALI"

Seçkinleri seçkin kılan en önemli özellik onların beğenilerine sunulan ürünlere sıradan fanilerin ulaşamamaları oldu. Sıradan fanilerin bu ürünlere sahip olmalarını engellemede en önemli nedenlerden birincisi fiyatları nedeniyle ancak gelir düzeyi yüksek olan kişilerin bunları satın almalarına imkân tanınması, ikincisi de ürünlerin seri halde üretilmemeleri, dolayısıyla arzın talebin çok altında olması ve sadece çok az sayıda kişinin erişimine sunulması oldu. Son on ilâ yirmi yılın Türkiye'sinin toplumsal manzarasında bu iki temel özelliklere haiz ürünlere sık sık rastlanmaya başlandı. Seçkinlerin beğenilerine sunulan ve sıradan fanilerin yalanarak imrendikleri ve erişemedikleri lüks ürünlerin etrafında inşa edilen koruma duvarının kod adı "sınırlı sayıda" oldu.

Bang&Olufsen müzik ve TV cihazlarını ithal edip dağıtan şirketin kurucu ortaklarından ve son yirmi yılın yıldız profesyonel yöneticilerinden Ferruh Tanay dağıtımını üstlendiği Bang&Olufsen cihazların özelliklerini şu şekilde izah etti: "*Yaşam standardı yüksek olan belli bir müşteri kitlesine hitap ediyoruz. (...) Üretim sayısını sınırlı tutmayı tercih eden firma, taleplere ve üretim yetersizliğine rağmen kapasitesini genişletmek istemiyor.*"⁴² "Sınırlı sayıda" üretim çok geniş bir ürün yelpazesini kapsadı. Bu yelpaze tüm dünyada sadece dörtbin adet üretilen ve sadece seksenbeş adedi Türkiye'ye ithal edilen ve seri numaralı halde tanesi beşyüz dolardan satışa sunulan Jean-Paul Gaultier marka gözlüklerden,⁴³ tüm dünyada bin, Türkiye'de ise yalnızca oniki kişinin 1999 dolara (ikibin değil) sahip olabileceği kronometreli Seiko kol saatine,⁴⁴ yeni yıl için "sadece dört-

39 Eren Kayar, "Ülkemin adını duyurdum", *Hürriyet*, 3.3.1996

40 "Internet'te Türk düğünü", *Milliyet*, 2.3.1996; Meltem Özdemir, "Internet düğünü yarın", *Hürriyet*, 8.3.1996; Arife Avcu, "Çöpçatan internet", *Milliyet*, 9.3.1996; "Internet'te düğün heyecanı", *Sabah*, 10.3.1996; "Internet'te evliliğe hat engeli", *Milliyet*, 10.3.1996.

41 N. Kuyaş, *Milliyet Pazar*, 23.11.1997

42 Fulya Erdem Ayrım, *Star*, 21.6.1999.

43 "Koleksiyonculara özel gözlük", *Radikal*, 31.1.1997.

44 Memetcan Demiray, "Seçkin olma zamanı", *Milliyet Vitrin*, 13.3.1999; "12 Türk'e 700 milyonluk saat", *Hürriyet*, 11.2.1999; "Türkiye'de 12 kişi bu saate sahip olacak", *Hürriyet*, 13.2.1999.

yüz adet ve her biri numaralandırılmış olarak hazırlanan" takvimlere,⁴⁵ "bütün dünyada yalnızca 29876 adet" üretilen ve yılın sadece son iki günü satışa sunulacak olan Swatch'ın Magic Spell model kol saatine,⁴⁶ gene sınırlı sayıda üretilmiş olan koleksiyonerlere layık kurşun askerlere,⁴⁷ Montblanc dolmakalemlere,⁴⁸ koleksiyonerlere layık paha biçilmez saatlere,⁴⁹ "el işçiliğiyle sayılı üretilmiş" ceket ve takım elbiselere,⁵⁰ "geleceğin antikaları" sayılan Fransız malı ithal cam vazolara,⁵¹ "tane tane seçilen ve elle toplanan özel zeytinlerin, doğal yöntemlerle sıkılması ile üretilen Komili Özel Üretim'97 her bir şişesi numaralanan ve 1997 yılı için sadece 29.450 adet üretilen" zeytin yağına kadar uzandı.⁵²

"Sınırlı sayıda" ve "el işçiliği" kavramları her biri birer entelektüel olan toplumun genç ve olgun yaştaki soyluların bitmez tükenmez kitap ve düşünce açıklıklarını karşılamak üzere kitapları da kapsama alanına aldı. Dünya yüzünde sadece yüz nüshası mevcut olan *Anılarda İstanbul* kitabının her sayfası, cildi ve desenleri elle yapıldı ve şanına yakışır bir şekilde önce bir konserle, hemen akabinde de Pera Palas'ta bir kokteyl ile "sadece bir gün" boyunca süzölmüş zevk sahibi kentli İstanbulluların beğenilerine sunuldu. Böyle nadir ve el işçiliği içeren bir "sanat eseri"nin tabii ki bir kusuru vardı, fiyatı 3500 mark idi. Ancak yüz adedinin ellisinin rafine İstanbullular tarafından zaten kapışılmış olduğunu duymak yüreklere bi-

45 "400 adet özel takvim", *Sabah*, 17.12.1995

46 "Çağdaş bir peri masalı, keyifli bir yılbaşı armağanı", *Sabah*, 30.12.1995

47 Aytekin Hatipoğlu, "Kurşun Ordu geliyor Rap...Rap...Rap..", *Yeni Yüzyıl eki CafePazar*, 3.12.1995, s. 24-25.

48 Cem Öner, "Kaleminizden aşk damlasın", *Milliyet Vitrin*, 17.4.1999; Nuriye Akman, "Aşk mektubu yazalım", *Sabah*, 18.4.1999; Fatoş Özel, "Montblanc Nişantaşı'nda", *Gurme*, Mayıs 1999 S. 26, s.14-16; Doğan Uluç, "100 bin dolarlık kalem", *Hürriyet*, 11.12.1995

49 Mehmet Barlas, "Quartz icad oldu, ama İsviçre saati hâlâ bozulmadı!..", *Sabah*, 17.4.1994; Mehmet Barlas, "İnsanlar sadece politika konuşmaz...", *Sabah*, 19.7.1995; Nora Romi, "Yılmaz'ın saatçisi", *Milliyet*, 26.7.1997

50 "Mithat'ta elle dikilmiş ceketler", *Hürriyet İstanbul*, 2.4.1999

51 "2000 yılının antikaları", *Yeni Yüzyıl*, 5.11.1998; "Geleceğin antikaları", *Hürriyet İstanbul*, 6.11.1998

52 "Komili Özel Üretim '97", *Milliyet*, 5.1.1997.

raz su serpti.⁵³

"Sınırlı sayıda" kavramı sadece lüks ürünleri değil seçkinlerin bağrından kopup çıkan YDH lideri Cem Boyner'in Kemer Country'de konuşmasıyla taçlandırdığı ve bedeli çift başına dokuzyüz dolar civarında olan bir brunch'a sadece ve sadece elli çiftin davet edilmesi örneğinde de görüldü.⁵⁴

AMERİKALILAR KİTAP OKUYORLAR BİRADER

Seçkinlerin en büyük özellikleri de basın veya iş aleminin güzide mensupları olmalarının yanı sıra hepsinin derin birer düşünür olmaları, bu niteliklerinden dolayı çok geniş kitabi bilgilere sahip olmaları ve bunu da her vesileyle Türk halkına yansıtmalardır. Her nedense medyanın seçkinleri kendilerine muhatap okur olarak ortanın üstünde ve piramidin tepesindeki sosyal sınıflarda yer alan dolayısıyla -tabiatıyla- İngilizceyi sular, seller gibi konuşup yazan okurları aldıklarından tavsiye ettikleri kitaplar da genellikle Amerika'da en son yayımlanan kitaplar oldu.⁵⁵ Bir başka özellik ise medyadaki seçkinlerin neredeyse ortaklaşa söz vermişçesine hepsinin de Amerika'daki Barnes&Noble kitabevinin mağazalarının sıkı birer müdavimi olmalarıdır.⁵⁶

Kütüphane sahibi olmak sadece medyadaki seçkinlerin değil siyasetteki seçkinlerin de övünebilecekleri bir husus oldu. Nitekim bir dönem DYP milletvekili olan İlhan Kesici bu konuda gayet açıksözlü: "Kesici kütüphanesiyle pek övünüyor... Ankara'daki evinde dört odayı yıktı. 27 metre uzunluğunda bir kütüphane kurdu. 12 bin cilt kitabı var. ABD Kongre Kütüphanesi sistemine göre ku-

53 Emel Armutçu, "Kitap, sergi, konser üçlemesi", *Hürriyet Tatil*, 30.3.1996; "El yapımı İstanbul kitabı", *Milliyet*, 18.4.1996

54 Gülçin Telci, "45 milyon liraya demokrasi büfesi", *Hürriyet*, 1.4.1995

55 Şahin Alpay, "Milliyet", 7.3.1998; Sedat Sertoglu, "Başbakan'ın okuduğu kitap", *Sabah*, 18.4.1995; Mehmet Barlas, "Bir başkadır benim kitaplarım!..", *Sabah*, 26.11.1996

56 Emre Aköz, "Kadın gibi kitap", *Milliyet*, 28 Haziran 1997; Fatih Altaylı, "Amerika'da kışkırdığım tek şey", *Hürriyet*, 25 Ağustos 1997; Hıncal Uluç, "New York'ta gündüzler ve kitaplar..", *Sabah*, 6 Ekim 1998; Mehmet Barlas, "Dünyanın en büyük kitabevi...", *Sabah*, 9 Eylül 1995; Mehmet Barlas, "Kalıcılığın özünde yazı ve kitap var", *Sabah*, 1 Aralık 1995.

rulan kütüphanenin sadece bilgisayar programı 1670 dolar tuttu.⁵⁷

Kitaba, sanata meraklı olan seçkinlerin rafine zevklerini daha ileri safhalara götüren bir diğer meşgale de nadir kitap koleksiyonerliği denilen tutku oldu. Bunun için de tabii ki İngilizce bilmek olmazsa olmaz bir şarttı zira müzayedelerde sunulan kitapların büyük bir bölümü İngilizce idiler. Bu olaydan okurları haberdar etmek de gene medyanın seçkin köşe yazarlarına düştü.⁵⁸

Kentli seçkinlerin '80'lerden beri yeni edinmiş oldukları bir merak da antika koleksiyonculuğu oldu. Bu öyle bir merak halini aldı ki antikaseverler çocuklarını da yanlarına alıp müzayedelere götürdüler ve bu soylu havayı küçük yaşlardan beri onlara koklatmaya başladılar. Küçükler bu müzayedelerde sadece seyirci olmamakta, çekirdekten yetişip anne ve babalarının koleksiyonlarını genişletmek için de gayretler sarf etmektedirler. Nasıl mı? "Anne ve babalarının direktifleriyle, satın alınmak istenen parçada bayrağı büyük bir heyecanla kaldıran hüçük meraklılar, dakikalarca havada tutmaktan da büyük zevk alıyor. Ara sıra istenmeyen parçada da kaldırıncaya, biraz azar işitiyorlar, ama malı da kapıyorlar."⁵⁹

Müzayedelerden, davetlere ve açılışlara koşan Batılı, seçkin, çağdaş ve Atatürkçü elitlerin bu faaliyetlerinin kendi başına bir iş hacmi yaratması üzerine bunun farkına varan bir posta dağıtım şirketi de gazeteye vermiş olduğu ilanda kimi muhatap aldığı açık bir şekilde belli etti: "Sayın Çağdaş Seçkin Istanbullular Müzayede, açılış, düzenli davetiyeleriniz, broşür, dergi, faturalarınız ve her türlü gönderileriniz için."⁶⁰

"SINEMAYA MI GİDELİM, YOKSA EVDE HOME THEATER'DA MI SEYREDELİM?"

Istanbullu seçkinler müşkülpesent oldukları, kalabalıklara pek karışmak istemedikleri ve de sıradan insanlara göre daima bir ayrıcalıkları ve ön-

celikleri olduğundan, vizyona girecek filmler sıradan fanilere, en azından bir film gösterisi süresince dahi olsa, onların da seçkin oldukları intibahını vermek için "ayrıcalıklı bir ortamda ve herkesten önce izleme zevki için filmin SNEAK PREVIEW'unda görüşelim" ilanı ile sunuldu.⁶¹ Filmi "herkesten önce görme" ayrıcalığı ile yetinmeyen daha müşkülpesent sinemaseverler içinse ayrıcalıklı salonlar hizmete sunuldu. Akatlar'da Mayadrom Alışveriş Merkezi'nde açılan ve amacını "zengin ve seçkin konuklara hizmet vermeyi amaçlıyoruz" şeklinde açıklayan bir sinema işletmecisi bu "zengin ve seçkin konuklar"ına sunduğu hizmeti de şöyle özetledi: "Altta bulunan sinema 61, üstteki 71 koltuk kapasitesine sahip. Ayrıca üstte bulunan sinemamızda yedi kanepede de oturarak film seyredebilir. Sinemada film başlamadan önce, film aralarında çeşitli ikramlarımız oluyor. İçki olarak ithal şampanya servisi yapıyoruz. İçki kullanmayanlara meyve suyu ikram ediliyor. Geniş koltukların renk seçimine de titizlik gösterildi. Sinemanın romantik yapısına uygun olarak kırmızı renk kullanıldı. Kırmızı renk karanlıkta yumuşak bir görüntü veriyor."⁶² Seçkinlerin para yerine altın veya platin kredi kartları taşıma ve sivil toplum kuruluşlarına yardım etmede birbirleriyle yarışma gibi özelliklerini bilen bir diğer sinema salonu işletmecisi ise sinemaseverlere şu cümlelerle bir yenilik sundu: "Sinemaya parayla gelme devri kapandı. Dünyada ilk kez akıllı kart teknolojisi, AFM Gold Card ile hizmetinizde. Bu kartı aldığınızda Çağdaş Eğitim Vakfı'na, Kızılay'a, AÇEVe, TEMA Vakfı'na ve TINA Araştırma Enstitüsü'ne bağış yapmış olacaksınız."⁶³ Sizlere sunulan bütün bu ayrıcalıklara rağmen görülmemiş derecede müşkülpesent ve rafine iseniz yapacak tek bir şey kalıyor: geniş ve ferah evinizde bir odayı kişisel sinema haline getirip, paraya kıyarak son teknolojiye haiz bir video disk oynatıcısını alıp "sinemaya gitmek yerine sinema keyfini evde yaşa-

57 Oya Berberoğlu, *Hürriyet*, 25.2.1999

58 Ali Rıza Kardüz, *Sabah*, 6 Mart 1998; Hıncal Uluç, *Sabah*, 6 Mart 1998; "Kuş kitabına 925 milyon", *Milliyet*, 23 Aralık 1996; Emel Armutçu, *Hürriyet Tatil*, 10 Şubat 1996

59 "Antikacı çocuklar", *Milliyet*, 15 Mayıs 1995.

60 ES Dağıtım şirketinin ilanı, *Milliyet*, 27.3.1997.

61 "Kırık Ok" filminin ilanı, *Hürriyet*, 17.2.1996

62 Latif Taş, "Şampanya ikramlı sinema", *Radikal*, 15.9.1998 ve Selin Kalman, "Bazıları lüks sever", *Yeni Yüzyıl*, 11.11.1998.

63 Şubat 1999 tarihinde AFM Cinema Group tarafından dağıtılan reklam broşürü.

mak". Biraz pahalı, ama olsun değer!⁶⁴

"HEP BİRLİKTE MÜZİK DİNLEYELİM, KONSERE GİDELİM VE BİR AĞIZDAN HAYKIRALIM: İŞTE ÇAĞDAŞ TÜRKİYE!"

Kendilerini birdenbire İslâmcı-laik çatışmasının ortasında bulan kentli seçkinler, "Çağdaş Türkiye"ye olan imanlarını yenilemek için kendilerini birden Batı müziğine verdiler ve sıkı birer pop ve klasik Batı müziği tutkunu olup çıktılar. Büyük bir müziksever olan Ertuğrul Özkök de toplumdaki bu tutkunun mevcudiyetinin farkına vardı ve durumu şöyle özetledi: "Büyük bir heyecan ve gururla şunu gözleyorum: Biz Türkler artık müziği, hayvanı, çevreyi sevmeyi öğreniyoruz."⁶⁵ Özkök bu gözlemi yaptıktan sonra Türk pop müziğinin hamiliğine de soyundu ve ünlü "Pazar yazıları"nda Türk pop müziğinin fahri tanıtımını da büyük bir zevkle yaptı.⁶⁶ Tabii ki haksızlık yapmamak lazım, medya ustalarından Cengiz Çandar ve Hıncal Uluç da Türk pop müziği sanatçılarının ve bu arada özellikle Sezen Aksu'nun fahri tanıtımını üstlendiler.⁶⁷

Batı müziğinin "çağdaş Türkiye"nin simgesi olması kendi beraberinde bir toplumsal ve siyasal ayrışma da getirdi. Artık Batı müziğini dinlemek "çağdaş, Batılı, laik ve Atatürk ilkelerine bağlı kalmak"la eşanlam taşıdı. Bu tür yayın yapan radyolar özellikle genç ve üst gelir düzeyine sahip kentlilere hitap ettiler. 1995'te kurulan Açık Radyo'nun dinleyici profili hakkında yapılan bir araştırma sonuçlarını radyonun yönetmeni Ömer Madra şöyle dile getirdi: "Sonuçlara göre bizi çok

genç bir kitle dinliyor. Eğitimin orta ve üst düzeyde gerçekleştiği bir kitle beklenebilirdi ama, bu kadar genç bir kitle ile karşılaşacağımızı hiç beklemiyorduk. Ayrıca eğitilmiş, şehirli ve girişimcilerin de aralarında bulunduğu orta-üst kitlenin dinlediği de net bir şekilde ortaya çıkıyor. Caz ve Klasik Batı Müziği programları birinci ve ikinci sırada yer aldı bizde."⁶⁸ NTV televizyon kanalı bünyesinde kurulan ve gün boyunca kesintisiz Türkçe pop müzik yayını yapan Radyo Pop da kamuoyuna kendini tanıtır reklam kampanyasında "Yüzümüz Batı'ya bakıyor" sloganının yanı sıra Cumhuriyet'in kuruluş yıllarındaki toplumsal ve kültürel değişimleri (örneğin 19 Mayıs Gençlik ve Spor Bayramı gösterileri) yansıtan fotoğrafları da kullanmayı tercih etti.⁶⁹ Batılı ve çağdaş olmak için klasik Batı, pop ve caz müziğinin dinlenmesinin "olmazsa olmaz" bir şart olduğu ve buna Başbakanlık binasında da riayet edildiğini Başbakanlık konutunu ziyaret eden müziksever Ertuğrul Özkök şu satırlarla dile getirdi: "Konut'ta dikkati çeken bazı değişiklikler var. Mesela binanın her tarafına kaliteli hoparlörler yerleştirilmiş. İnsanı rahatlatan bir klasik müzik, hiçbir zaman ısınmadığım bu binanın kafadaki imajını yıkıyor, pırıl pırıl yapıyor. Tansu Hanım'a müzik sistemini kimin akıl ettiğini soruyorum, 'Özer Bey düşündü' cevabını veriyor. Özer Bey'i kutluyorum. Çiller'in Mendelson hayranı olduğunu biliyorum. Bir de Pariste alıp ona hediye ettiğim Angolalı şarkıcı Cesare Evora'yi çok sevmiş. Burada belirtiyim; Cesare Evora seven bir başka çift de Boynerler. Özellikle Ümit Boyner hasta bir Evora hayranı. Başbakanlık Konutu'ndaki bir başka yenilik de, espresso kahve makinesinin konulması."⁷⁰

Pop ve klasik Batı müziği seçkinlerinin kılcal damarlarına kadar nüfuz ettiği bir ortamda tabii ki İstanbul Festivali, İstanbul Caz Festivali ve benzeri etkinlikler de bir ritüel havasına büründüler ve kentli, çağdaş seçkinler için bu etkinliklere katılmak olmazsa olmaz bir şart oldu. Sembelere dayalı bir ortamda Beethoven'in Dokuzuncu Senfonisinin seslendirildiği konser laik -Kemalist seç-

64 Efsan Kula, *Gazetepazar*, 13.6.1999, s. 4

65 Ertuğrul Özkök, "Müzikte Türk rönesansına doğru", *Hürriyet*, 13.6.1994

66 Temsili mahiyette birkaç örnek için bkz. Ertuğrul Özkök, "Ben bu fotoğrafı İtalya'da görmüştüm", *Hürriyet*, 3.7.1994; Ertuğrul Özkök, "Ben bu yaz bunları dinleyeceğim", *Hürriyet*, 28 Mayıs 1995; Ertuğrul Özkök, "Geceye vole çıkmak için 4 günümüz kaldı", *Hürriyet*, 25.6.1995; Ertuğrul Özkök, "Tutku imparatorluğunun muhafız alayı", *Hürriyet*, 22 Ekim 1995; Ertuğrul Özkök, "Adam olmayanların milli günü", *Hürriyet*, 7 Nisan 1996; Ertuğrul Özkök, "Bu sahilde bu sahilde", *Hürriyet*, 12 Mayıs 1996; Ertuğrul Özkök, "Türk Eros Ramazottisi doğuyor", *Hürriyet*, 9.6.1996.

84 67 Bu konuda bir diğer inceleme için bkz. Can Kozanoğlu, *Pop Çağı Ateşi*, İletişim Yayınları, 1995, s. 125-156

68 Merve Bildirici, "Orta-üst kitlenin farklı kanalı Açık Radyo", *MediaCat*, S. 53, Haziran 1999, s. 29

69 Olcay Büyüktaş Çelik, "Radyo Pop'un yüzü Batı'ya dönük", *Yeni Yazılar*, 8.8.1997.

kinlerin bir gövde gösterisine dönüştü ve konsere katılan Cumhurbaşkanı Demirel'in konsere gelenleri işaret ederek sarf etmiş olduğu "Bu tablo çağdaş Türkiye tablosudur" sözleri de "Türkiye laiktir, laik kalacaktır" haykırışlarıyla ve RP'li Kültür Bakanı İsmail Kahraman'ın yuhalanmasıyla karşılık gördü.⁷¹ Goran Bregoviç'in konserine de benzeri bir simgesel siyasal anlam yüklendi: "Cumhurbaşkanı Demirel, 9. Senfoni'yi dinlemekte olan ve salona sığmayan onbinleri göstermiş ve 'İşte çağdaş Türkiye' demişti. O, kitleyi, çağdaşlığa dönük Türkiye'nin bir simgesi ve göstergesi olarak sunmuştu. Açık hava Tiyatrosu'nda, tek detone ses vermeden Goran Bregoviç'le birlikte, 'Arizona Rüyası'ndan notalara eşlik edebilen beşbin dolaylarında Türkiye insanı da, çağdaşlığın simgesel işaretiydi."⁷²

Artık kentli ve Istanbulu bir seçkin olmanın "olmazsa olmaz" şartının ne olduğunu herkes iyice anlamıştır sanırım: bir Batı kültürü tutkunu olmak. "Bu nasıl olunur?" diye sormaya kalkışanlara ise cevap hazırdır: günlük hayatınızı festivallere göre ayarlamak, festivallerle yapıp kalkmak, o sihirli ve büyümlü havayı solumak ve tabii ki çok seçkin, her biri iş alemimizin ve kültür dünyamızın güzide mensupları olan sınırlı sayıdaki festival müdavimi rafine dostlarınızla festivallerde selamlaşmak.⁷³ Es kaza bu güzide seçkinlerden bazılarının isimlerini yazınızda zikretmeyi unutmuş iseniz bir sonraki yazınızda bunu telâfi etmek: "Bir de festival müdavimleriyle ilgili yazıda unuttuklarımdan kısaca söz etmek istiyorum: Örneğin Hilmi Yavuz. Özellikle klasik müzik konserlerinin hemen hepsinde merhabalaştığım Yavuz'u nasıl olur da atlarım! Ya da İshak Alaton. İş dünyamızın tartışmasız 'en klasik müziksever' patronu olarak nitelenebileceğim Alaton'u da her konserde en ön sıralarda gördüğüm halde unuttuğum."⁷⁴

70 Ertuğrul Özkök, *Hürriyet*, 3.9.1995.

71 "İşte çağdaş Türkiye", *Hürriyet*, 31.3.1997. Bu tezahüratın İslamcı kesimde yaratmış olduğu tepkiyi Akit gazetesi manşetiyle dile getirdi: "Pis Senfoni" (Akit, 2.4.1997)

72 Güneri Cıvaoglu, "Cenaze ve Dügün", *Milliyet*, 13.7.1997.

73 Meral Tamer, "Hayatımı ona göre ayarlıyorum", *Milliyet*, 28.6.1997.

74 Meral Tamer, "Festivale 21,5 milyon dolarlık basın desteği", *Milliyet*, 25.7.1997.

Istanbul'un yaz gecelerini taçlandıran festivaller aynı zaman keskin bir toplumsal ayrışmanın simgesidir. Bir klasik Batı müziği tutkunu ve kültür üstadı olan Doğan Hızlan bu ayrışmayı ve Batı'ya imrenmeyi şu unutulmaz satırlarıyla dile getirdi: "Aya İrini, Atatürk Kültür Merkezi ve Açık hava Tiyatrosu. İstanbul'daki insan manzaralarının renkliliğini, çeşitliliğini ve karışıklığını sergileyen, turnusol kağıdı işlevi gören üç mekân. Geçen yıl görüp de unutamadığım üç kişinin yaptığını, tekrarlayamadığım için hep hayıflanırım. Üç İngiliz, konser arasında Aya İrini'nin bahçesinde şoförün getirdiği piknik sepetini açtılar, çimenlerin üstüne bağdaş kurdular, ayaklı bardaklarıyla şaraplarını yudumladılar, küçük sandviçlerini benim aç gözlü bakışlarım arasında mideye indirdiler, zil çalınca da sepetlerini toplayıp iade ettiler. Glydourne Festivali'ndeki bir fotoğrafı hatırladım. Piknik sepetleri, masalar ve şık giyinmiş, kravatlı, papyonlu dinleyiciler. (...) Aya İrini'de çıkarken uluslararası bir platformda konser dinlemenin hâlyasına kapılırsınız. Elçilik arabaları, Babil Kulesi'ni kışkandıracak kadar çok dillilik olayı bir başka âleme götürür. Aya İrini'nin kapısında şoförlü arabalar bekler. Açık hava Tiyatrosu'nun önünde ise minibüslerin çıkartkan muavinleri. (...) AKM, her zaman olduğu gibi gene pantolonu ve gömleği ütülü seyircilerin mekânıdır. Orada ne Aya İrini'deki aristokrasiye, ne de Açık hava'daki lumpenliğe rastlırsınız. AKM, Cumhuriyet burjuvazisinin binası olduğunu her haliyle empoze eder. Sınırlar keshindir, caz Açık hava'ya, klasik de Aya İrini'ye yakışır."⁷⁵

Festivallerden bahis açıldığında İstanbul Film Festivali'ni de unutmamak gerekir. Festival ile ilgili en gerçekçi gözlem için şu satırlara bakmak yeterlidir: "Uluslararası İstanbul Film Festivali'nin en önemli özelliklerinden biri, bir sanat etkinliği olmasına karşın sanat eserini değil de, bir yaşama biçimini öne çıkarıyor oluşu. Festivalin başlamasıyla birlikte, kentin sakinlerinden belli bir kesim, önce entelektüel olmanın önemini idrak ediyor, ardından bunun tek yolunun festivalden elden geldiğince çok film seyretmek sanısına kapılıyor. Bu arada seyredilenlerin filmlerden çok, filmlerin izleyicileri olması da

75 Doğan Hızlan, *Hürriyet*, 14.7.1995.

ışın bir başka yönü. (..) İstanbul Film Festivali'nde film izleme biçimi için 'laik ayın' denilebilir. Festival izleyicisi iki haftalık program süresince neredeyse yemeden içmeden kesiliyor. Nefis denetim altına alınıyor. Karın sinemaların yakınlarında ayak üstü doyuruluyor. Kuyruklarda sabırla bekleniyor. Ağırlaşmış gözkapakları dirençle açık tutuyor. Beş vakit namaz kıılmıyor, beş vakit sinemaya gidiliyor."⁷⁶

YİYELİM, İÇELİM, PUROMUZU TÜTTÜRELİM

'90'ların keyif alma kültürüne en çok muhtaç olanlar gün boyunca stres altında çalışan ve her dakikaları sayılı olan gelir düzeyi yüksek genç profesyoneller ve işadamları oldu. Bu kitlenin "stres atacağı" mekânlar ise tabii ki İstanbul'un güzide restoranları ve barları oldu. Damak tadının geliştiği bir İstanbul'da artık seçkinler için sıradan faniler tarafından yenilen bildiğimiz ekmeğe yerine cevizli, üzümlü, domatesli, zeytinli lüks ekmeğe çeşitlerine rastlanmaya başlandı ve bu ekmeğe de "yok satmaya" başladılar. Ertuğrul Özkök'ün deyimiyle "Türkiye dördüncü ekmeğe devrimi"ni yaşamaya başladı.⁷⁷ Aynı zamanda da zeytinyağını keşfetti, ancak her nedense keşfettiği zeytinyağı TÜSIAD üyesi Halis Komili'nin şirketinin ürettiği zeytinyağı oldu. Elitlere hitap eden lokantalar arasında Ece Bar ayrı bir yer işgal etti, zira burada yemek yenildiği takdirde toplumun önde gelen isimleriyle karşılaşma, yan yana oturma şansına sahip olunabildi: "Siz hiç, birbiriyle yoğun bir tiraj ve raiting mücadelesi içinde olan medya gruplarını yöneten sevgili dostların, ciro yarışındaki reklam profesyonellerinin, hatâ puan ve şampiyonluk kavgasındaki Fenerbahçeli, Galatasaraylı, Beşiktaşlı dostların yan yana (yoksa 'harşı harşıya' demek daha mı doğru olurdu?) kadeh kaldırdığını gördünüz mü? Görmediyseniz, gelin Ece'ye !..."⁷⁸ Ece'ye gidenler bu ünlülerle yan yana oturmanın ötesinde onların hazırlamış oldukları yemekleri tatma ayrıcalığına da sahip olabildiler: "Şimdilerde Ece'de büyük hareket

var. "Ece, her gece" bir başka oluyor. Her gece bir ünlü kişi mutfakta kendi özel yemeğini pişiriyor. Menü her gece değişiyor. Sezen Aksu, Osman Benzeş, Mustafa Oğuz, Ali Bayramoğlu bugüne kadar mutfağa girenlerden... Ece'nin diğer ünlü dostları "mutfak sırası" bekliyor."⁷⁹ "İyi yemek yeme"nin bir sanat, bir kültür birikimi, bir zerafet olduğu yanlış anlamaya mahâl vermeyecek bir şekilde mutfak cihazları ithalatı yapan bir şirketin ilanında bile yer aldı: "...bu sofralarda yalnızca Gaggenau ürünleriyle pişirilmiş yemekler yer alır. Çünkü, kalite bilincine erişmiş üst kültür düzeylerindeki kullanıcılar, Gaggenau ürünlerinin farkını bilirler."⁸⁰

Puro sefası ise 1995 yılında başlayan ve elitlerin ikonları kervanına katılan son fenomen oldu. Puro ithalatının serbest bırakılması ile birlikte 1995 yılının son aylarından itibaren basında yoğun bir şekilde puro tiryakiliğini ön plana çıkaran ve puro kültürüne methiyeler döşeyen yazılara rastlanmaya başlandı. "Puro ithalatçıları lobi-si" tarafından desteklenen tüm bu yazıların ortak özellikleri puronun sadece ve sadece çok seçkin lezzet ve damak tadına ve 'gusto'ya sahip kişilerin anlayabilecekleri bir keyif ürünü olduğunun vurgulanması oldu. Ancak herhalde puro ithalatçıları arasında en çok temayüz eden şahsiyet kendisinin bir "68 kuşağı ODTÜ" mezunu olduğunu vurgulayan İstanbul Havana Evi'nin sahibi oldu. Bu zat "koyu bir puro tiryakisi ve Küba hayranı" olduğunu vurguladıktan sonra Küba'daki eşitlikçi sosyalizme duyduğu sempatiyi gizlemedi ve "vahşi kapitalist dünyanın ortasındaki bu aykırı adacığın ekonomisine katkı yapacak olmaktan dolayı da mutlu" olduğunu ifade etti.⁸¹

Bir üst düzey yöneticileri bulma ve işe yerleştirme şirketinin ortağı son zamanlarda yoğun bir şekilde ortaya çıkan puro sevdasının nedenlerini şöyle izah etti: "Eskiden Türkiye'de bulunmayan sigaralar içilirdi. Bu sigaraları çıkarıp, prezante etmek daha gösterişliydi. 'Aaa, demek yurtdışına çı-

76 Ahmet Tülğar, "Uluslararası İstanbul Film Festivali bitti. Laik bir ayın", *Nokta*, 18-24 Nisan 1993, s. 88-90

77 Ebru Baki, *Hürriyet*, 19 Ağustos 1997; Dilek Sancılı, "Pasta yerine ekmeğe", *Milliyet Vitrin*, 5.6.1999; Ertuğrul Özkök, *Hürriyet*, 28.9.1997.

78 İlan, *Hürriyet*, 24.6.1995

79 Güngör Uras, "İstanbul 'caz'ı sevmeye başladı", *Milliyet*, 27.2.1999

80 *Yeni Yüzyıl*, 4 Haziran 1995.

81 *Aktüel*, s. 218, 7-13 Eylül 1995, s. 114-115

kıyor' denirdi. Ama şu anda puro moda ve buna '3C' diyorlar: Cigar, champagne, caviar (puro, şampanya, havyar). Mesela bazı barlarda o köşeler oluşmaya başladı. Elit, üst kademe yöneticileri orada bulabiliyorsunuz. Ne yapıyor? Purosunu yakıyor, single malt'ını içiyor ve meslektaşları da oraya geldiği zaman piyasa haberlerinin de üstünden geçerek iyi zaman geçiriyor. Bu '90'ların ikinci yarısının hatta çok yakın zamanların trendi. İki senelik bir olay; neredeyse Türkiye'ye puronun gelmesiyle özdeş." Aynı kişi bazı mekânların "in" hale gelmelerini de şöyle izah etti: "Şu anda grup halinde takımlanan yerler var. Mesela 1980'lerin ikinci yarısından başlayıp bu 'yuppie' akımlarıyla yerini koruyan bir Zihni var. Oysa '90'ların en 'in' yeri Pasha. İçinde bulunan Café Inn mesela. Oraya 20'li yaşların ikinci yarısı, 30'lu yaşların başları gider. Evlenene kadar 'yuppie'ler de oraya gider. Evlendikten sonra esnek bir aile yapısı olan kişiler varsa, onlar da gidebilir." ⁸²

"SEÇKİN DEDIĞİN İYİ GIYINIR"

Beyaz çorap giyilmemesi, tespih çekilmemesi, bıyık bırakılmaması, ve kibar kibar konuşulmasının MHP ve FP gibi muhafazakâr partiler tarafından tabanlarına telkin edildiği, aklın bir köşesinde tutulduğu takdirde giyim kuşamın toplumsal ayrışmada ne kadar belirleyici bir unsur olduğu daha iyi anlaşılabilir.

Bu önemin farkında olan "İstanbul'un tartışmasız en şık erkeklerinden" Rahmi Koç ile "başka bir köklü ailenin mensubu" Ferruh Karakaş'ın Rumelihisar'da birlikte açmış oldukları Edwards of Hisar adlı mağazanın özelliği ise Ferruh Karakaş tarafından şöyle açıklandı: "Dünyada iki trend var, ürünü direkt pazarlama ve bir yaşam stili sunma. Biz ikincisini gerçekleştirmek istiyoruz burada. Aristokratların yüzyıllardır süzülüp incelmis beğenisini tanıtmayı amaçlıyoruz." Ferruh Bey mağazada istihdam edilecek personel seçiminde de son derece müşkülpesent davrandı: "Sekiz ay boyunca, mağazaya uygun personel aramışlar. İyi ailelerden gelmiş, lisan bilen, vücudunu ve mimiklerini doğru kullanabilen, kibar insanları bulmakta bir hayli zor-

lanmışlar."⁸³ Mağazayı ziyaret eden Hıncal Uluç da hem mağazadan hem de uzun uğraşlar-sonunda adayları eyleye eyleye bulunan bu mağaza personellerinden sitayişle bahsetti: "Fazla çeşit yok. Ama sunulan her şey zaten önceden zevk sahibi insanlar için seçilmiş, çok güzel ve çok özel. Sunanlar da olağanüstü. Nasıl şirin, nasıl zevk sahibi gençler."⁸⁴ Edwards of Hisar'ın mağaza müdürü Ferruh Karakaş kendisini "kariyer yapmak isteyen erkeğin danışmanı" olarak tarif etti. Karakaş şu satırlardan anlaşılacağı gibi aslında Batı kültürünü özümsemiş bir "Genç Türk": "Kırk yaşına girecek. Yıllarca yurtdışında yaşamış, okumuş. Hayatı tamamen, erkeğin zevkli, kaliteli giyimi üzerine kurulu. Genç sarı saçlı bir kadınla, Sibel'le evli."⁸⁵ Ferruh Karakaş'ın Edwards of Nişantaşı açması üzerine Edwards of Hisar'a atanan yeni genel müdür gayet tabii ki "Amerika'da yedi yıl finans eğitimi almış olan" bir Türk genci oldu. Yeni genel müdürün hedef müşteri kitlesi de "özellikle finans sektöründe çalışan genç yöneticiler" oldular.⁸⁶

Bütün hayatları acele ve stres üzerine kurulmuş olan genç kentli profesyonelleri rahatlatmak ve onların şanına layık bir hizmet vermek için Beymen de yeni bir hizmet vermeyi planladı: "Beymen, önümüzdeki günlerde çıkaracağı Milenium Advantage Card ile iyi müşterilerine yeni hizmetler sunacak. Bu karta sahip olanlar için Beymen mağazalarında ayrı bir ağırlama bölümü olacaktır. Sınırlı sayıda verilecek olan bu kartın sahipleri mağazaya gitmek için telefon edip, özel şoför isteyebilecek, bu müşteriler için özel etkinlikler düzenlenecek ve bu kart sahiplerine farklı ödeme şekilleri önerilebilecek."⁸⁷

"UÇAKLA MI, CONCORDE'LA MI? NEYLE SEYAHAT ETMEK İSTERSİNİZ?"

Seçkinlerimiz her türlü kültürel, sanatsal ve damak tadını kapsayıcı faaliyetleri ile doyum nok-

82 Gökçe Kalaycı, "Biz en tepedeyiz, ilân vermeyiz", *Artıhaber*, S. 44, 17-23 Ekim 1998, s. 52-56.

83 Fatih Türkmenoğlu, "Lordlar mağazası", *Aktuel*, s. 211, 20-26 Temmuz 1995, s. 92-94.

84 Hıncal Uluç, *Sabah*, 26.10.1996.

85 Ayşegül Kartal, "Giyim yatırımıdır", *Gazetepazar*, 2.3.1997, s. 75.

86 Esen Pişirici, "Korkmayın içeri girin", *Sabah*, 4.7.1999.

87 Ebru Bakı, *Hürriyet*, 30.6.1999.

tasına ulaştıktan sonra yapacak tek bir şeyleri kalmıştı: şöyle bir gezmek.

'80-'90'ların Türkiye'si artık tüccar ve sanayicilerin Mercedes'lerini garajlarında bırakıp Reno ve Murat arabalarla işlerine gidip geldikleri '70'lerin Türkiye'sine hiç benzemiyor. Benzemediği gibi de Mercedes ve BMW arabaları da "Özallı yıllar" sayesinde artık, mafya dahil, herkesin altında görüldüğü için araba reklamlarında seçkinlik ve ayrıcalık ön plana çıkarıldı. Bu Audi arabasını tanıtır bir dizi reklamda olduğu gibi salt ayırıcı özellikler bile taşıdı.⁸⁸ Renault arabalar bile "sınırlı sayıda üretim" ile Number One FM radyosu tutkunlarını düşünerek "Renault 19 Number One FM Özel koleksiyon" sloganı altında piyasaya sunuldu.⁸⁹ Artık bir gazete haberinde belirtildiği gibi "Yeni statü sembolü: 4x4" arabalardır, başka bir deyimle "cipin varsa havan yerinde." Kent içi ulaşımda kullanılan bu yeni arazi araçlarının temel özelliği kişiye "farklı olma" zevkini ellibin dolarlık bir taban fiyattan başlayarak tatırması.⁹⁰ Bu pahalı araçları doğal olarak tercih eden kitle 25 ilâ 45 yaş dilimi arasında "yüksek gelir grubuna bağlı, çoğunlukla profesyoneller veya kendi işine sahip işadamları, günlük stresten uzaklaşmak isteyen ve hayatlarında değişiklik arayan, aktif yaşamı tarzını seven kişiler." Bu tür bir araç olan Hummer'in ithalatını yapan bir şirketin genel müdürüne göre bu arabalara sahip olmak için sadece zengin olmak yetmiyor: "Hummer, Amerika ve Avrupa sosyetesinin, tanınmış kişilerin, artist, sanatçı medya mensuplarının, işadamlarının, film yapımcılarının, yani sadece paralı kişilerin değil, kaliteli, klas, üst düzeyin göz bebeği, tutkusu."⁹¹

Jeep'lerden bıkan genç kentliler için 1996'dan

itibaren Harley Davidson motosikletleri ile avunmak ve eğlenmek mümkün. Harley Davidson sevdasını işadamları ve gençler arasında azami şekilde yaygınlaştırmak için motosikletin ithalatçı şirketi de Harley Davidson markasının basında azami derecede yer alması için elinden gelen gayreti gösterdi ve amacına da ulaştı.⁹² Ortalama kırk yaşlarındaki genç işadamlarının sevgilisi olan ve onüçbin ilâ otuzbirbin dolar arasında satılan bu motosikletler ithalatçı şirketin kurucu ortaklarından Ferruh Tanay'ın ifadesiyle "Hem gizli kalmış asiliği dışa vurmanın, hem de stres atmanın en iyi yolu."⁹³ Harley Davidson motosiklet tutkunları işadamları olmanın yanı sıra toplumsal sorumluluklarının da bilincinde. Harley Davidson sahiplerinin kurmuş oldukları Harley's Owners Group'un İstanbul locasının başkanlığına seçilen işadama Osman Çarmıklı bu locanın faaliyetlerini ve yüce amaçlarını şöyle açıkladı: "İstanbul Chapter üyelerini sadece uzun motor gezilerinde bir araya getirmeyi değil, üstlendiği misyon gereği ülke ve millet yararına olabilecek etkinliklere de destek vermeyi" amaçlıyor. Osman Çarmıklı görevlerinin "Türkiye'nin koşullarını dikkate alarak bu beraberliği, bu kültürü belli sosyal sorumluluklarla birlikte yaymak ve kamuoyuna benimsetmek" olduğunu söyledi.⁹⁴ Türkiye'deki Harley Davidson kullanıcılarının yüzde 5'inin gençler, yüzde 95'inin ise işadamları olduğunu ve Harley'in bir işadama motosikleti olduğunu söyleyen ithalatçı firmanın kurucu ortaklarından Ferruh Tanay motosikletin neden işadamlarının gözdesi sayıldığını ise şöyle açıkladı: "çünkü hafta sonlarında kravatlarını çıkartıp, meşin montlarını ve çizmelerini giyenler, Harley'in yeni profilini oluşturdu. Ben bile otomobi-

88 "Audi'de asla bulamayacağınız aksesuarlar!" sloganlı bu reklam dizisinde kalaşnikof makineli tüfek, kılı ve madalyonlu bir erkek göğsü ve kılı ve serçe parmağı şövalye yüzüklü bir erkek eli, tespih tutan bir erkek eli ve ayakkabısının arkasına basmış beyaz çoraplı bir erkek ayağı resmi yer aldı. Bu reklamları eleştiren yazılar için bkz. İsmet Berkan, "Bu da 'kırı' bir reklam", *Radikal*, 7.3.1999; İsmet Berkan, "Evet kiroyum, ama para bende!", *Radikal*, 14.3.1999; İlke Gürsoy, "99 model Maganda", *Gazetepazar*, 14.3.1999, s. 4.

89 *Hürriyet*, 7.11.1998.

90 "Yeni statü sembolü: 4x4", *Yeni Yüzyıl*, 26 Aralık 1996.

88 91 Öge Demirkan, "Kentlerin yeni sakini 4x4 Asfalt Kovboyları", *Hürriyet*, 4.3.1999, s. 21.

92 "Bir çırpıda 25 Harley Davidson motor satıldı", *Hürriyet*, 20.12.1996; "Harley tutkusu şirket kurdurdu", *Yeni Yüzyıl, Cafe Pazar*, 29.12.1996; Serdar Benli, "Harley Davidson Türkleri", *Milliyet*, 5.8.1997; "Pazardan Pazara Harley", *Milliyet*, 1.6.1999; Gökhan Kimsesizcan, "Motokılıkların rekabeti", *Hürriyet Kelebek*, 3.6.1999; Neşe Mesutoğlu-Buket Aşçı, "İki tekerlekli efsane", *Milliyet Vitrin*, 5.6.1999; Salih Keçeci-Feyhan Köksalan, "Sosyete de demir at tutkusu...", *Milliyet Super Galaxy*, 13.6.1999; Funda Özkan, "Huylu huyundan vazgeçmez", *Radikal*, 26.6.1999.

93 Pınar Demirbaş, "İşadama Harley kullanır!", *Radikal*, 22.1.1997.

94 Sayit Durmaz, *Yeni Yüzyıl*, 23.1.1998

limi yıllardır yıkamadım, ama motorumu her hafta dört saat süreyle parlatıyorum.”⁹⁵ “Sınırlı sayıda” kavramı Harley Davidson modelleri için de geçerli oldu. Bu modeller arasında “bad boy” modelinden tüm dünyada sadece yüz, Türkiye’de ise bir tek adet, o da sanayici Muhteşem Eken’de mevcut oldu. Ancak Muhteşem Eken çok meşgul bir işadami. Ama olsun mühim değil, gene Harley ile vakit geçirmesini biliyor. Nasıl mı işte şöyle: “Sık binemese de motosikletine de, aksesuarlarına da gözü gibi bakıyor. ABD’de çok ünlü bir ressam varmış. Bu ressam haskınıza istediğiniz şekli püskürtme boya ile çiziyormuş. Muhteşem Eken, haskına jaguar, puma ve sadece Kuzey Amerika’da yaşayan boz ayının resmini çizdirmiş.”⁹⁶

Modernleşen Türkiye’de kentli seçkinler daha çok seyahat etmeye ve seyahatlerini de uçakla yapmaya başladıklarından muhtelif havayolu şirketlerinin “first class” ve “business class”taki yeniliklerini ilgili okurlara aktaran haberlere gazetelerde ve televizyonlarda rastlamak olağan hale geldi. Bu haberler Concorde ile New York’a seyahat etmenin faziletlerinden⁹⁷ özel jetle günübirlik Antalya’ya gidip öğle yemeğini Antalya sahillerine bakarak yemenin keyfine kadar geniş bir yelpazeyi kapsadı.⁹⁸

Havaalanlarını ikinci mekân edinen genç kentliler için uçakla seyahat etmek bir nevi meditasyon oldu. Sakıp Sabancı’nın hat koleksiyonunun New York Metropolitan Museum’da sergilenmesi vesilesiyle Sabancı’nın tam pansiyon davetlisi olarak uçakla first class’ta New York’a seyahat etmekte olan Nilüfer Kuyuş, koltuk komşuları Türkân Sabancı ve Kültür Bakanı İstemihan Talay ile sohbet etmek veya sevgili okurlarına bir yazı hazırlamak yerine neden tefekküre dalmayı tercih ettiğini şöyle izah etti: “Neden biliyor musunuz? Uzun uçuş denilen o kozaya sınırsız sarılıp bu beklenmedik zaman boşluğunu boşa geçirmek istediğim için. İstanbul-New York arasındaki o uzun ha-

va koridorunda hayatı doğru yaşayıp yaşamadığım konusunda tefekküre daldığım için. Felsefi ama sonuçsuz bir tefekkür. Böyle durumlarda insan kendine sözler verir sonra hiçbirini hayata geçirmez. Bence modern insanın özgür olabildiği tek ortam uzun uçuş. Ama hiçbir yere varmayan bir özgürlük bu. Hatta ben bu özgürlük duygusunu tekrar tekrar tatmak için uzun uçuş sapığı da olabilirim, özellikle bir yere gitmeden, sadece gitmek için...”⁹⁹

ALTMİŞLİ YILLARIN BİR PEPPINO Dİ CAPRI ŞARKISI: “MELANKOLİ..”

Kentli seçkinlerin sadece hayatın nimetlerinden olanca güçleriyle faydalanıp neşe içinde yaşadıklarını düşünenler var ise derin bir şekilde yanılmaktadırlar. Seçkinler de bizim gibi birer fani insandırlar ve onlar da zaman zaman derin bir melankoliye kapılırlar. Her nedense seçkinlerin derin melankoli nöbetleri yaz aylarına denk düşer ve festivallerin sona ermesinden hemen sonra tezahür eder.

İstanbul Festivali bittiginde kentli seçkinler derin bir hüznü dalarlar ve kendilerini son derece yalnız hissederler. Bu haleti ruhiyenin en iyi ifadesi kentli genç neslin prototipi sayılabilecek Nilüfer Kuyuş tarafından şu unutulmaz satırlarda dile getirildi: “Bizi yine yalnız bırakıp gittiler, başka ve daha aydınlık ufuklara süzuldüler. Göçmen kuşlardan söz etmiyorum. İstanbul Festivalleri’ne katılan yüzlerce uluslararası sanatçıdan söz ediyorum. Onlar da bizim kültür hayatımızın göçmen kuşları. (...) Irili ufaklı bu yıldızların birer ya da ikişer gece parıldadığı İstanbul’da bizler şimdi milyonlarca kişi yapayalnız ve biraz karanlıkta kaldık yeniden. Ünlü ve yetenekli akrabaları yazın kısa ziyarete gelince sevinen, sonra da arkalarından hüznüle baka kalan taşralı çocuklar gibi takvimin yapraklarına sığınmıyoruz, hayal kurarak.” Kuyuş yurtdışında yaşayan ve adları uluslararası sanat camiası tarafından kabul görmüş olan Türk sanatçıların isimlerini de sıraladıktan sonra “ne olacak bu Türkiye’nin hali?” sorusuna mucizevi bir çözüm teklif etti: “Biz ‘İç Türkler’ bu kadar zavallı durumdayken, uygar ülkelerde yaşayan ‘Dış Türkler’ nasıl bu kadar uy-

95 Cahit Akyol, “Milyarlık Harley Davidson iyi satıyor”, *Harriyet*, 5.6.1997.

96 Funda Özkan, *Radikal*, 23.5.1999.

97 Murat Bırsel, “Concorde sefası da eksik kalmadı...”, *Sabah*, 9.7.1995

98 Ash Çakar, *Milliyet Vitrin*, 19.12.1998.

99 Nilüfer Kuyuş, “New York, New York”, *Gazetepazar*, 20 Eylül 1998.

gar ve başarılı olabiliyor? Demek ki gen'lerimizde bir sorun yok; mesele yaşadığımız ortamda diye düşündüm. Ve birden kültür ve uygarlık alanında, tıpkı bir zamanlar sanayide olduğu gibi, artık ithal ikamesi dönemine girmemiz gerektiğine karar verdim. Yeni uygar ve çağdaş Türkiye'yi asla bu şekilde kavga ederek yaratmayacağız. Bu eğitim sistemiyle, bu zihniyetlerle bir yere varamayacağız. Demek ki, yeni Türkiye'yi parça parça Batı'da imal etmemiz, sonra getirip burada montajlamamız gerekiyor. Türkiye'nin sürekli felâket bölgesi olmaktan çıkıp, normal bir ülke olması ancak böyle mümkün.

Devletin tek yapacağı şey, ulusal yenilenme fonu kurmak. Bu fonla bütün Türkiye vatandaşları ham madde olarak gelişmiş ülkelere gönderilecek, orada işlenecek, geri gelip projelerini montajlayacaklar ve yeni bir Türkiye doğacak. Türkiye'yi önce yekpare ihraç edip, sonra toptan ithal etmemiz gerekiyor. Emin olun, başka çare yok."¹⁰⁰

'90'lar sona ererken geriye dönüp bakıldığında oldukça eğlenceli bir manzarayı geride bıraktığımızı görebiliriz. "Orta direk" edebiyatı ile başlayan sonra birden keskin bir şekilde viraj değiştirip "papatyalar"a dönüşen ve "ben zenginleri severim" ve "benim memurum işini bilir" sözleriyle tarihe mal olan bir dönem. Bu dönemde siyasetçiler, işadamları ve basın mensuplarından oluşan bir seçkinler sacayağının sıradan fanilere nasıl giyinip neler yiyeceklerini, hayattan nasıl zevk almaları gerektiğini her gün değilse bile gūnaşırı

telkin etmesi. Bu telkinlere sıradan fanilerin önce şaşkırmaları, hattâ ve hattâ öfkelenmeleri ancak sonradan durumu kanıksamaları ve fareli köyün kavalcısını takip edercesine bu New Age peygamberlerinin peşine takılmaları. New York ve Amerika'nın Türkiye'deki gençler üzerindeki inanılmaz çekim gücü. Bu rengarenk tablonun içinde de Tribeca café'de oturup espressolarını yudumlayıp bagellerini (bilmeyenlere Tempo dergisinden alıntılıyıp izah edelim: bagel bir çeşit Amerikanvari simittir) yiyen IMKB'de çalışan genç brokerlerin kendilerini bir an için Wall Street'de çalıştıklarını ve New York'un bir kahvesinde yemek yemekte olduklarını hayal etmeleri.

Festivaller mevsiminin sona ermesiyle depresyona giren kentli seçkinlerimizin maneviyatlarının düzelmesi için "Batılı Türk insanı" yetiştirme konusunda mucizevî formüller geliştirenler. Gazetelerin yayın kurulu toplantılarında "Espresso mu yoksa geleneksel Türk kahvesi mi içelim?" tartışmasını yürütenler.¹⁰¹ Zeytinyağına methiye döşeyenler. "Ekmek devrimi"ni Türk pop müziğinin şarkılarını söyleyerek kutlayanlar. Güler Sabancı'nın dairesinin penceresinden buğulu gözlerle "New York New York" şarkısını mırıldanarak New York panoramasına bakıp İstanbul gibi bir "mezra"da yaşadıklarına hayıflananlar. Bugün itibarıyla manzarayı umumiye bundan ibaret. Future'un nasıl olacağı ise meçhul.

100 Nilüfer Kuyuş, Milliyet Pazar, 3.8.1997.

101 Ertuğrul Özkök, "Müseccel espressocunun sabah şoku", Hürriyet, 5 Şubat 1995.