

Özallı yıllar, modernlik ihtirası, reklam ve 'öteki'

RIFAT N. BALI

I 980'li ve 90'lı yılları Türkiye'nin en belgin ösalliklerinden biri Türkiye'nin, ösallikle 'Özal'ı yıllar' ösallinde, azim, sebat ve kararlılıkla modern olma ihtirasıydı. Ancak modernizm desilliklerinde sadece 'yüceyelilik', 'pop kültürü' ve 'tüketim' anlaşıldı ve bunun sonunda Türk toplama modern olmak için 'ük hedef' olarak bir tüketim toplama olma fikri telkin edildi. Modern tüketim toplumlarının önde gelen ösalliklerinden biri de ayrıcalıklı yaşam tarzlarını simgeleyen markalar ve markalara tutumlardı. Bu marka tutumları aynı zamanda bir yaşam tarzını, ihlal deyince 'life style' da beraberinde getirir ve / veya o bireyin ait olduğı sosyal sınıfa da bu yaşam tarzı de belkine ösallleştirir.

Türkiye'de tüketim furusu ve marka tutumları her ne kadar 'Özal'ı yıllar' de başlamış ve başlangıçta tarifi gereği sadece tüketim ürünlerinin pazarlanmasını hedeflemişse de bunun artık öyle olmadı. Ösalliler ve ürün reklamlarında artık ürünler sadece bir yaşam tarzını değı aynı zamanda o yaşam tarzının ihlal edildiği zamanlarda bir ideolojik tavır da toplama meydan okurcasına mesaj olarak vermekle 'Bütünlü yaşam tarzı' artık 'life style' olmaktan ösallmekte, pazarlanan ürün bir ideolojinin simgesi haline gelmektedir.

Genelde muhafazakâr gelenekleri, adetleri ve yaşam tarzına sahip bir Türkiye'de zaten 'Bütünlü yaşam tarzı' ve / veya ürünün belli bir giyim 'gusto'suna sahip olmakla ele geçtiği

varsayılan ve sosyal sınıfları bir katmanlarında yer alan bireylerin daha alt sınıf mensuplarına pınasından tepesinden aşağıya bakarcasına bakıldıkları ihlalci bir ortamda, Bütünlü giyimie bir de ideolojik alnt edildiklerinde Türkiye'nin içinde bulunduğı sınıflar ve düşünceler arasında çöküş ve gerginlik daha da çoğalmakta, 'bir' ve 'öteki' aynıni güttükçe artmakta, bireyler birbirlerini çok daha fazla dışlanmaktadır.

Yıllar boyunca İslami ve milliyetçi popöler düşünce dnyasının simgeler üzerine inşa edildiklerinin eleştirildiği ve bunun kamuoyuna

"Bizlere ne oldu? Biz neden birbirimize yabancılaştık?" Bir de belki de soruların en hüznölüsünü soralım: "Biz neden birbirimize 'öteki' diye bakmaya alıştık?"

mal olmağı çok bilinen öneklerinin 'Ayasofya Camii'nin ihadete açılması', 'Taksim'e cami yapılması' olduğı bir ortamda Türkiye'de laik ve çağdaş geçişin ve seçimin sonuçlarında kimilerinin yorumlarına göre 'paçalanmış erici çoğunluk' diye tarif edilen, 'çağdaş Türkler' veya bir zamanların popöler meşale deyimiyle 'Euro Türkler' veya 'Beyaz Türkler'de yıllardan beri eleştirildiği İslamcıların ve milliyetçilerin pek farklı bir yerde değillerdi.

Beethoven'in Dokuzuncu Senfonisi'nin bir yaşam tarzını simgelediği bir ortamda lais ve sınıfları bir klasik müzik konserinin birdebirine bambaşka anlam ve boyutları kazandıranmış olmasın, yıllardan beri

insanların güydikleri günde ve mayoların bir günden diğetine bambaşka anlamlar ihad et(öl)meleri, simgelerin, reklamların, markaların tüketimin ve ideolojinin birbirlerine karşılığ postmodern Türkiye'nin ihlalci bir arabesk / pop tablosudur. 'Atatürkçölük' kavramının ticari bir markaya dönüştüğü ve bunun ticaretinin de posterinden anlaşıldığına, saatinden çıkartılmasına varana kadar her türlü şekilde yapıldığı bir ortamda, aynı öbir gün Beethoven'in Dokuzuncu Senfonisi'nin yer aldığı kompakt disklerin nezh ve seçkin barlarda ve lokantalarda Havana puraları, Zeki Teke mayolar, Abbate gündeğleri ve Atatürk çıkartmaları ile birlikte ösallinde bayrak ve Atatürk resimlerinin yer aldığı partak ve pahalı ambalaj kâğıtlarına sarılmış zaraf bir hediye paketi halinde sunulduklarını görürsek hiç şaşmamızın.

Bu durumu bir tepki olarak da İslami ve geleneksel muhafazakar değerlere sarılmak ve yaşamaları bu değerleri referans olarak yaşamak isteyen yarıtaşın temsil eden bir gazetenin de Beethoven'in Dokuzuncu Senfonisi'ni 'Pis Senfoni' diye tanımlayarak (Akit, 2 Nisan 1997) karşılık vermesine de hiç şaşmamızın. İman Hatip Liseleri'nin tartışıldığı 'Siyaset Meydanı' programında da İman Hatip İslami geçiş öğrenci kum karşısında belli bir 'life style' simgeleyen geçiş Ösall'ın da birinden 'aydınlık Türkiye'nin gelecek vaat eden geçiş neslini simgelemesi, ama bunun yanında da bütün İman Hatip İslami öğrencilerinin de 'karanlıklar çağını' simgelemeleri karşısında da şaşmamızın.

Şaşmamızın ancak çok ciddi bir şekilde bu

toplaman neden bu şekilde bölündüğünü, neden herkesten birbirine 'öteki' diye bakıldığı konusunda diğünelim ve şu soruları birbirimize soralım: "Bünlere ne oldu? Biz neden birbirimize yabancılaştık?" Bir de belki de soruların en hüznölüsünü soralım: "Biz neden birbirimize 'öteki' diye bakmaya alıştık?"

Rifat N. Bali: Anagırmacı - yazar

