

TÜKETİMİN ESTETİĞİ VE MEDYA: “BUGÜN NE GİYSEM” PROGRAMI ÜZERİNDEN BİR DEĞERLENDİRME

Bilge GÜRSOY*

Öz

‘Estetiğin ideolojisi’nin tüketim toplumu yaratılmasındaki rolünü irdeleyen bu çalışma, estetik, ideoloji ve tüketim kavramlarını inceleyerek, ilişkilendirerek, ‘estetiğin ideolojisi’yle oluşturulan tüketici kimliğine ve medyanın rolüne dikkat çekmeyi amaçlamaktadır. Estetiğin özneyi şekillendirilmesindeki kullanımı ve buna bağlı olarak “Bugün Ne Giysem” isimli televizyon programı irdelenmiştir. 2011’den beri Show TV’de hafta içi her gün yaklaşık 2 saat süreyle yayınlanmakta olan “Bugün Ne Giysem” isimli televizyon programı iki hafta süreyle izlenmiş, oluşan gözlem sonucunda söylem analizi yapılarak, kadın güzelliği ile tüketilen nesnelere arasında ilişki kurmada adı geçen programın rolüne dikkat çekilmiştir. Felsefi bir disiplin olan estetik bilimini kuran Alexander Gottlieb Baumgarten’a göre estetik duysal bilgidir ve “mantığın küçük kız kardeşidir.” Bu bilgi sadece sanat alanı ile ilgili değildir; Terry Eagleton, “estetiğin ideolojisi” kavramıyla toplumun, burjuvanın estetik aracılığıyla nasıl ortak bir kimlik kazandığını, Walter Benjamin, siyasetin estetize edilmesini irdelemişlerdir. Estetik aracılığıyla insanlar kendilerine verilenleri zorlama olmadan kabul ederler, benzer şeylerden hoşlanırlar, benzer tarzda giyinirler, görgü kuralları gibi benzer kurallar çerçevesinde bütünleşirler. Estetiğe uydüğümüz zaman özgür olduğumuzu hissedimiz, estetik kendisini bir tür evrensel hakikat gibi sunar. Kapitalist sistem tüketimi estetize etmiştir, tüketim bizi bir arada tutar, ortak kimlik verir, duygularımıza hitap eder ve yasalardan daha önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Estetik, Tüketim, Medya

THE AESTHETIC OF CONSUMPTION AND THE MEDIA: AN EVALUATION BASED ON THE PROGRAM “WHAT SHALL I WEAR TODAY”

ABSTRACT

Aiming to study the role of ‘the ideology of aesthetic’ in creating consumption society, this study examines and relates aesthetic, ideology and consumption concepts, wants to draw attention to consumer identity formed by the ‘ideology of aesthetic’ and the role of the media. The use of aesthetic in shaping the subject and related with this, the television programme “What Should I Wear Today” is examined. The television programme “What Should I Wear Today,” being broadcasted two hours a day every week since 2011 is watched for a week and discourse analysis of the result observation is made to draw attention to the role of the mentioned program in relating beauty with consumption objects. According to Alexander Gottlieb Baumgarten, the founder of the philosophical discipline of aesthetic, aesthetic is the science of what is sensed and is the sister of logic. It is not only about art, for example Eagleton examined how bourgeois society gained common identity through aesthetic, Walter Benjamin studied aestheticized politics. Through aesthetic, humans accept given things without force, they like similar things, they dress alike, unite in the frame of rules such as good manners. Compliance with aesthetics make us feel free; aesthetic presents itself as a kind of anonymous universal truth. The capitalist system aestheticized consumption and consumption keeps us together, gives us common identity, appeals to our senses and seems more important than laws.

Key Words: Aesthetic, Consumption, Media

* Yrd. Doç. Dr. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Bilimleri ABD, bgursoy@marmara.edu.tr

GİRİŞ

Günümüzde tüketimin estetize edilmesi sonucu tek tek bireyler, tüketerek ve tüketimden haz alarak bir tüketim toplumunun gönüllü parçası haline gelmişlerdir. Estetik duyular alanıyla ilgili olduğu ve bireyin beğenmesini, haz almasını içerdiği için, bireyler estetize edilerek kendilerine sunulmuş herhangi bir şeyi, kendi arzularıyla istediklerini düşünürler. Duyular alanıyla akıl alanı arasındaki gerilim estetik aracılığıyla giderilir. Bu nedenle çeşitli güç odakları çıkarlarına uygun durumları, nesnelere estetiği kullanarak hiç zorlanmadan bireylere kabul ettirebilirler. Örneğin Walter Benjamin'e göre, Alman faşizmi "siyaseti estetize eder" (Oskay, 2007: 65). Ernest Cassirer ve Edmund Burke'den aktaran Eagleton'a göre estetiğin amacı çoğu kez özneyi yeniden şekillendirmektir. "Öznenin en incelikli duygulanımlarını ve bedensel tepkilerini bir yasa olmayan yasayla biçimlendirme işlemi estetikdir, böylece özne iktidarın buyruklarını çiğnemeyi iğrenç bulur" (Eagleton, 2010: 69). Örneğin 18. yüzyılda İngiltere'de toplumun bir arada tutulmasını sağlamak için görgü kuralları, ahlak estetik hale getirilmiş ve toplum içinde istenen uyum sağlanmıştır. Düzenin devamlılığı ve istikrarı açısından estetiğe önemli bir rol düşmektedir. Bu çalışmanın amacı, estetiğin ideolojisinin özneyi yeni bir kılığa büründürmek için kullanılmasını, yaratılan tüketim toplumunun bir parçası haline gelmesini irdelemek ve günümüzde tüketimin estetize edilmesinin altını çizmektir. Çalışmada irdelenen örnek, *Show TV*'de yer alan "Bugün Ne Giysem" isimli yarışma programıdır.

"Bugün Ne Giysem" ve benzeri programlar, tüketimin estetize edilmesinde estetik biliminin kullanımına dikkat çekmesi açısından önemlidir. Estetik aracılığıyla insanların duyular alanına hitap edilir, insanlar kendilerine sunulan, dayatılan her tür politik görüşü, tüketim ürününü iyi, güzel, hoş bularak kendi istekleriyle, özgürce kabullendiklerini ve istediklerini düşünürler. Adı geçen yarışma programı tüketimin estetize edilmesi sonucunda insanların tüketimden haz almasının, tüketim toplumu olmanın ve ortak tüketici kimliğinde birleşmenin altını bir kez daha kalınca çizmiştir. Tüketici kapitalizminin gelişmesiyle birlikte, toplumsal düzen ve tüketim de estetize edilmiş ve insanların hoşuna giden, kendi beğenileriyle özgürce içinde yer aldıklarını düşündükleri tüketim toplumları yaratılmıştır. "Tüketim nesnesi tüm ayırt edici kimliklerin çöküşüdür" (Eagleton, 2010: 467).

Estetik Üzerine

'Estetik' sözcüğü Grekçe aisthesis ya da aisthanesthai sözcüğünden gelir. Aisthesis sözcüğü duyum, duyulur algı anlamına geldiği gibi, aisthanesthai sözcüğü de duyu ile algılamak anlamına gelir. Estetik bu anlamda duyulur algının, duyusallığın sağladığı bilgi ile ilgili bir bilim olarak düşünülür. Estetik bilimini kuran ve ona bu adı veren Alexander G. Baumgarten'a (1714–1762) göre estetiğin temel belirleyici motifi *cognitio sensitiva*, duysal bilgidir. Baumgarten *Aesthica* isimli eseriyle estetik bilimini temellendirmiş, duyu bilgisini araştırmıştır. Baumgarten'a göre estetik bir tür mantıktır, "mantığın kız kardeşidir." Mantık bir yüksek bilgi alanını araştırmasına karşın estetik daha aşağı bir bilgi alanıyla, *gnoseologia inferior* kavramıyla ilgilidir. Estetiğin konusu '*cognitio sensitiva*' olduğu için estetik sensitive/duysal bilginin mantığıdır ve bir bilgi teorisi (gnoseologia). Fakat bu bilgi teorisi ve mantık aşağı bilginin bir mantığı olduğu için estetik bir '*gnoseologia inferior*', mantık ise '*gnoseologia superior*'dur. Her ikisi de yetkin bilgiyi, hakikati bulmak isterler, birisi zihni

bilginin yetkinliğine değeri duyulur bilginin yetkinliğine ulaşmak ister. Yetkin bilgi doğru bilgidir. Estetik bilginin yetkinliği de doğruluktur, fakat estetik bilgi alanına giren doğruluk, güzellik adını alır (Tunalı, 2007: 13–15).

Estetiğin güzellik bilimi olması gerektiğini düşünenler uygun isim aramışlardır ve Johann Gottfried Herder (1744-1803) bu bilime Grekçe güzel anlamına gelen ‘kalligone’, G. W. Friedrich Hegel de (1770-1831) ‘kalliologie’ ismini vermişlerdir. Buna karşın Tunalı’ya göre estetiği yalnız güzellik dediğimiz değeri inceleyen bir bilim, güzellik felsefesi olarak ele almak estetik dediğimiz bilimin alanını çok daraltmak olur. Bunu Kant, Fr. Schiller (1759–1805), Karl Rosenkranz (1805–1879) gibi filozoflar da görmüşlerdir. Kant (1724–1804) estetik sözcüğünü hem duygusallık hem de bugünkü estetik bilimi anlamında kullanır. Kant, Yargı Gücünün Eleştirisi’nde güzelliği olduğu gibi yüceyi de inceler. Schiller güzelin yanında hoş ve çekici olanı (Anmut), soyluluğu (Würde) duygusalı (sentimental), çocuksuyu (naiv) estetik kategoriler olarak inceler. Rosenkranz için çirkinlik de estetik bir kategoridir. Ludwig Wittgenstein (1889–1951) estetiğin bir güzellik bilimi olmasına karşıdır. Ona göre estetik güzel olanla sınırlandığı için yanlış anlaşılmıştır. Güzel, geniş bir alanı olan estetik biliminin tek başına konusu olamaz. G. Theodor Fechner (1801–1887) olaya psikoloji açısından bakar ve araştırılacak olanın haz fenomeni olduğuna dikkat çeker. Hazdan acıya kadar duyu ilgilerini incelemesi gereken böyle bir bilime hedonik (hedone Grekçe haz demektir) ismini verir (Tunalı, 2007: 15–16).

Umberto Eco’ya göre eski Yunan’da Güzellik özgün, bağımsız bir konuma sahip değildir, Yunanlılar’ın Perikles dönemine kadar gerçek bir estetikten ve Güzellik kuramından yoksun olduğunu söyleyebiliriz. Hemen her seferinde Güzelliği başka niteliklerle bağdaştırılmış görmemiz olasıdır. Örneğin Güzeli değerlendirme konusunda kullanılacak ölçütle ilgili soruya Delfoi kâhini şu yanıtı verir: En güzel, en adil olandır (Eco, 2006: 37). Eco’ya göre “zarif,” “hoş” ya da “enfes,” “harika,” “muhteşem” ve benzeri ifadelerle birlikte “güzel” sözcüğü de genellikle beğendiğimiz bir şeyi belirtmek için kullandığımız bir sıfattır. Bu nedenle Güzel ve İyi arasında sıkı bir bağ vardır (8). Benedetto Croce’ye göre estetiğin konusu sezgidir. Sezgi, kavramsal bilgiden önce gelen, onun temelini oluşturan ve bireysel olanı veren en yalın bilme biçimidir (Tunalı, 2007: 17).

Estetik tavrı almak, örneğin bir manzarayı hoşlanarak seyretmek, bir müzikten zevk almak gibi estetik yaşantılar ilk planda duygusal bir olay olarak görünürler. Çünkü bu yaşantıların meydana gelmesi için duyuların işe karışması gerekir. Estetik tavrı alan kişi, belli bir estetik obje ile sübjektif bir ilgi içine girer. Böyle bir süje, ilgi kurduğu estetik objeden hoşlanır, ondan haz duyar (Tunalı, 2007: 31, 37). Estetik üzerine yazılanların ortak yönü, estetiğin daha çok duyular alanıyla ilgili olması veya akıl ve duyular alanı arasındaki gerilimi gideren bir konumda olmasıdır. Estetiğin insan üzerindeki etkisi bilindiği için, estetik ideolojik olarak da kullanılmış ve irdelenmiştir. Günümüzde estetiğin ideolojik olarak kullanımına ışık tutan en kapsamlı çalışmalardan birisi, Eagleton’ın, *Estetiğin İdeolojisi* isimli kitabıdır.

Güzelliğin sadece bir sanat sorunu olmadığına dikkat çeken Eagleton, Edmund Burke’den şu alıntıya yer verir (2010: 83):

Güzelliği toplumsal bir nitelik olarak adlandırıyorum: çünkü erkekler ve kadınlar ve yalnızca onlar değil, fakat öteki hayvanlar da, onları seyrederken bize bir sevinç ve hoşlanma duygusu verdiklerinde (ve bu duyguyu veren pek çok şey vardır), bizi kendi şahıslarına yönelik şefkat ve sevgi duygularıyla esinlendirirler; onları yakınımızda görmekten hoşlanırsınız ve tersine güçlü sebeplere sahip olmadıkça, onlarla gönüllü bir şekilde bir tür ilişkiye gireriz.

John Stuart Mill'in "‘Burkeçü’ hegemonyanın dilini yeniden canlandıracağını" söyleyen Eagleton için, Mill estetik geleneklerin sentezini yapmaya koyulmuştur. Eagleton Mill ile ilgili şöyle yazar: "‘Bentham’ diye iddia etmektedir Mill, ‘insan davranışının yalnızca ahlaki yönünü göz önünde bulundurmakla hata eder, oysa aynı zamanda insan davranışının estetik (güzel) ve duygudaş (sevimli) niteliklerini de göz önünde bulundurmalıyız...' "Estetik olan, düşünce ve eylemin dolyatağıdır, ama doğurduğu şey üstünde hiçbir tahakküm uygulamaz," Eagleton'a göre Schiller'in estetik-olanı farklı bir biçimde Gramsci'nin hegemonyasıdır, her iki kavram da devrimci umutlar çöktüğü zaman politik olarak meydana getirilmiştir (96, 151, 150).

Estetiğin İdeolojisi

Estetik duyular alanıyla ilgili olduğu için, insanlar estetik olanı iyi, güzel, hoş bulurlar ve kendi istekleriyle, zorlanmadan onu benimserler, isterler. Estetik sayesinde tek tek insanlar benzer şeylerden hoşlanırlar, benzer tarzda giyinirler, görgü kuralları gibi benzer kurallar çerçevesinde bütünleşirler. Örneğin 18. yüzyıl İngiliz ahlakçıları aracılığıyla ahlaklılık gitgide estetik kılınmıştır. Shaftesbury'deki etiğin, estetiğin, erdem, güzelliğin birliği en açık şekilde görgü kavramında bulunur. "18. yüzyılda görgü bedeni disipline sokar, düzene sokulmuş uygar davranış biçimlerini verir, toplumsal pratikler estetik kılınır" (Eagleton, 2010: 67). Cassirer ve Burke'e göre yasalar görgü kadar önemli değildir ve görgüye bağımlıdır, yasa bize sadece şurada burada, şimdi ve sonra temas eder, buna karşın görgü hayatımızın biçimini rengini verir, bizi yükselten veya alçaltan, barbarlaştıran veya inceltten bir şeydir, ahlakı artırır, ahlak kazandırır, ya da ahlakı bütünüyle yok eder (Eagleton, 2010: 69).

Görgü estetik olarak algılandığı zaman da, yasalardan daha güçlü bir hale gelir. Avrupa burjuvazisinin siyasi egemenlik mücadelesinde estetik önemli bir rol oynamıştır (Eagleton, 2010: 41):

Burjuva toplumsal düzeninin nihai bağlayıcı gücü, mutlakiyetin zorlayıcı aygıtına karşı olarak, alışkanlıklar, dindarca bağlılıklar, duygular ve duygulanımlar olacaktır. Bu da, böyle bir düzende iktidarın estetik kılınmış hale geldiğini söylemekle eşdeğerdir... İktidar artık öznel deneyimin ayrıntılarından kazanmıştır ve buna göre soyut ödev ile hoşlanma uyandıran eğilim arasındaki yarık da kapatılmıştır.

20. ve 21. yüzyılın kapitalist toplumlarında da benzer işlevi tüketim ürünleri, tüketimin estetiği sağlamaktadır. Eagleton'a göre Baumgarten'ın 1750'deki *Aesthetica*'sı yenilikçi bir tavır içinde duyumun bütün alanını açmaktaysa da, aslında bu alanı aklın sömürgeleştirilmesine açmaktadır. Estetik –olan, aklın mükemmelliğinden pay alan, ama bunu 'bulanık' tarzda yapan var oluş alanıdır. 'Bulanıklık' burada karmaşa değil kaynaşma anlamında kullanılmıştır (34). *Estetiğin İdeolojisi*'nde siyasal toplum, estetik, ideoloji arasındaki ilişkileri ele alan Eagleton'ın kuramsal çalışmalarının temelinde Marksist bakış açısı vardır. Estetik

sayesinde akıl, duyuların görelî özerklikleri içinde serpilip gelişmesine izin verirken, onları içerdense yönetmek ve şekillendirmek ister, Gramsci'nin 'hegemonya' diye adlandırdığı şeye bürünür. Böyle bir bireyin kendi öz yönetimi siyasi toplumla çatışmaya girmez, öz yönetimi siyasi toplumun normal bir uzantısı haline gelir. Toplumsal iktidar, bedenleri estetik ile kendine tabi kılar. Max Horkheimer'a göre bu içselleştirilmiş baskılandırma (Eagleton, 2010, 36). Amaç bedensel sömürgeleştirme, bunu sağlamak için bedensel hoşlanma ve dürtülerin ön plana çıkarılmasıdır. Franco Moretti şöyle der (Eagleton, 2010: 71):

Toplumsal düzenin 'yasal' olması yeterli değildir; toplumsal düzen aynı zamanda sembolik olarak meşru görülmelidir... 'Özgür birey' olarak, korku içinde yaşayan bir uyruk olarak değil, fakat ikna edilmiş bir yurttaş olarak, bir kimsenin toplumsal normları kendisinin normları olarak algılaması da zorunludur. İnsan bu normları içselleştirmeli ve dışsal zorlama ile içsel tepiyi, ilki ikincisinden ayırt edilemez oluncaya dek yeni bir birim içersinde kaynaştırmalıdır. Dış zorlama ve içsel tepiyi birbirinden ayırmayacak kadar kaynaştırılır. Bu kaynaştırma 'rıza' ya da 'meşrulaştırma' dediğimiz şeydir. Eğer Bildungsroman bugün bize hala tarihimizin özsel, esas bir noktası olarak görülüyorsa, bunun nedeni Bildungsroman'ın, bu kaynaştırmayı bir daha asla aynen tekrarlanmayacak bir ikna ve iyimser bir apaçıklık gücüyle sergilemeyi başarmış olmasıdır.

Louis Althusser'e göre, "Her ideoloji ancak bir özne aracılığıyla ve özneler için var olabilir," "ideoloji ancak somut (sizin gibi, benim gibi) özneler için vardır ve ideolojinin bu hedefi de özne sayesinde olanaklıdır" (Althusser, 2005: 290). "Sanat eseri gibi, insani özne de, özneyi özgür otonomisinin kaynağı olarak gören yöneten kodları içe yansıtır ve böylece Althusserci deyişle, politik zorlamaya gerek kalmaksızın kendi başına çalışmaya başlar" (Eagleton, 2010: 68). Burke'ye göre eğer estetik yargı istikrarsızsa, bu yargıda temellenen toplumsal duygudaşlıklar ve onlarla birlikte politik yaşamın tüm dokusu da istikrarsız olur. Bu nedenle beğenin tekbiçimciliği, bizzat duyuların tekbiçimciliğine bağımlı olmak zorundadır (Eagleton, 2010: 83). Şöyle der Burke (Eco, 2006: 293):

Öncelikle güzel bedenlerin rengi mat ve lekeli değil, temiz ve açık olmalıdır. İkincisi çok baskın bir renge sahip olmamalıdır. Güzelliğe en çok yakıştırılanlar açık renklerdir; açık yeşiller, açık maviler, soluk beyazlar, pembe kırmızılar ve lilalar. Üçüncü olarak eğer bir renk baskın ve canlıysa tonlar bulunmalı ve nesne hiçbir zaman tek ve yoğun renge sahip olmamalıdır.

"Benzer nesnelere bir bakışta tespit edilen bir başka nitelik de pürüzsüzlüktür. Bu özellik güzellik için gereklidir, öyle ki şimdi aklıma güzel, olup da pürüzsüz olmayan her hangi bir şey gelmiyor ..." (Eco, 2006: 292) diyen Burke'ye göre beğeni tekbiçimli ve tümeldir. Beğenin tekbiçimciliği, bizzat duyuların bir tek biçimciliğine bağımlı olmak zorundadır. Toplumı kaynaştıran şey estetik taklit fenomenidir. Kuralların dikte edilmesinden çok taklit sayesinde hem daha etkili hem daha çok hoş giden şekilde öğreniriz. Taklit etmek bir yasaya boyun eğmektir fakat bu yasa öylesine haz vericidir ki, özgürlük bu tür kölelikte yatar. Benzerlikler kalıplaştırılır, hegemonik olarak bütüne bağlanmayı sağlar (Eagleton, 2010: 84). Burke için görgüyle tamamlanmış kamusal duygular, kimi zaman yasanın tamamlayıcıları, kimi zaman da yasanın düzelticileri olarak fakat her zaman yasanın yardımcıları olarak gereklidir. Eagleton'a göre, bireyler farklı uzunlukta olsa bile, insani hacim değişmez

gibidir (Eagleton, 2010: 91, 83). Estetik olanda amaç özneyi yeniden biçimlendirmek ve genel, Kant'ın deyimiyle yasa olmayan bir yasayla şekillendirmektir.

Benjamin, 1920'lerdeki Alman faşist ideolojisinin "siyaseti estetize ettiği" görüşündedir. Niteliksel olarak değiştirilmesinden kaçınılan, değiştirilemeyen burjuva toplumsal realitesi karşısında, hayatı değiştirmek yerine, "hayatı mutlak bir estetizme indirgeyen" faşizm ile çözüm aranmıştır (Oskay, 2007: 115). Siyasetin estetize edilmesinin boyutlarını, tarihsel aşamalarını açıklığa kavuşturmak isteyen Benjamin için Ünsal Oskay şöyle yazmıştır (Oskay, 2007: 71):

Benjamin'in "antolojideki yeni savaş kuramının en aşırı en kudurgan dekadan kökeni" olarak betimlediği nokta da işte bu; yani, yeni savaş kuramının, "sanat sanat içindir" ilkesini, bu kez, bizzat savaşın kendisi için sonuna dek uygulanabilecek bir biçime dönüştürmüş bulunuşu oluyordu. Benjamin'in bu sonuca varması, antolojideki yazarlar "dedelerinin idealizmini" bıraktıklarını ve "heroik realizmi" benimsediklerini ileri sürdüğü; ayrıca, amaçlarının burjuva liberalizmi yerine ulusalcı bir kolektivizm getirmek olduğunu söyledikleri için, ilk bakışta şaşırtıcı görünebilir...

Kavram ve beden bir araya getirilmesi estetiğin geleneksel ilgi alanıdır. Eagleton'a göre Benjamin'in projesi de yeni bir insan bedeni inşasıdır, yeni bir kolektif gövde bireysel özne için siyasal ve teknolojik değişim tarafından örgütlenir. Gerçeküstüçülük üzerine makalesinde Benjamin şöyle der (Eagleton, 2010: 420):

Kolektif olan da bir bedendir. Ve teknoloji içinde onun adına örgütlenmiş olan physis, tüm siyasal ve olgusal gerçekliği aracılığıyla, yalnızca dindışı aydınlatmanın bizi harekete geçirdiği ve imge alanında üretilebilir. Teknolojide, ancak beden ve imge birbiriyle iç içe geçtiklerinde, devrimci gerilim, kolektif bedensel sinir gerilimi haline geldiğinde ve kolektif olanın tüm bedensel sinir gerilimlerinin devrimci boşalımı haline geldiğinde, gerçeklik Komünist Manifesto'da talep edildiği ölçüde kendini aşmış olur.

Nasıl on sekizinci yüzyıl estetiği yeni bir beden disiplini programına uymakta ise, Benjamin için beden yeniden programlanmalı ve duymusal imgenin gücü tarafından yeniden şekillendirilmelidir. Estetik bu kez tamamen materyalist bir şekilde bedenın siyaseti haline gelmiştir. Eagleton'a göre Benjamin'in düşüncesinin tüm yönleri, ultra modernist bir teknolojiye imada bulunmaktadır. Yeni bir kolektif gövde siyasal ve teknolojik değişimle yeniden örgütlenmektedir (420). İdeolojide ve estetik olanda şeyın kendisi tamamen somut maddiliği içersinde korunur, ama yine de "bu maddilik, bu eşsiz biçimde yinelenmeden kalan biçim ya da beden, gizemli bir şekilde küresel bir buyruğun tüm zorlayıcı mantığına bürünmeye başlar" (Eagleton, 2010: 135). Eagleton için "Bakhtinci karnavalının dağılmış bedenine, bundan daha zıt bir şey tahayyül edilemez" (421). Mekanik çoğalma konusundaki makalesinde, Benjamin için insanlık, öyle bir kendine yabancılaşma derecesine ulaşmıştır ki, artık kendi yıkımını birinci dereceden estetik bir haz olarak yaşayabilir (Eagleton, 2010: 422). Oskay'a göre yeniden üretim tekniklerinin on dokuzuncu yüzyılda gelişimi yalnızca erişilen teknolojik düzey ve bunun mantıksal devamı sayesinde gerçekleştirilmemiştir. Bunda teknik buluş sahibi kişilerin, ütopyacıların çalışmalarının, burjuva sınıfının bu buluşlar yönünde oluşan istek ve gereksinimlerinin de rolü vardır (112).

Eagleton, "Peki, ya bilginin kendisi de estetikse durum ne olacak?" diye sorar (70, 72). Bu

sorusunun yanıtını da David Hume'un görüşleri verir. Hume tüm bilginin kaynağını duyum ve sezgiye indirgemmiştir. On sekizinci yüzyıl İskoç aydınlanması düşünürü Hume için insan yaşamının en önemli rehberi alışkanlıklardır. Görüşleriyle Kant'ı önemli ölçüde etkileyen Hume'a göre, akıl olasılıkla bir duygu türüdür, tüm akıl yürütmeler ise göreneğin etkisinden başka bir şey değildir. Eagleton'a göre, Hume burjuva ekonomisinin kurgusal doğasının bilincindedir ve şunu ilan eder "Mülkiyet, duyguların sonucudur... Orta sınıfın mülkiyet haklarını güvence altında tutan şey, ekonominin yasasından çok zihnin içgüdüsel bir ekonomik kılınışıdır" (Eagleton, 2010: 74, 81). Hume'dan etkilendiği bilinen Kant'ta estetik olanın çok çeşitli işlevleri vardır. Estetik olan insani özneyi merkeze yerleştirir ve bundan ötürü de bu özneyi kendi iç tutarlılığının haz verici duygusuyla donatır. Kant için estetik yargılar adeta "kişisel olmayan şekilde kişiseldir," bir tür öznesiz öznelliktir, ya da Kant'ın deyişiyle tümel bir özelliktir. Eagleton'a göre, "Kantçı beğeni öznesi bir güzellik nesnesiyle karşılaştığı zaman, bu nesnede aslında kendi yetilerinin özgür oyununun sonucu olan bir birlik ve uyum keşfeder... Kantçı estetik yargı öznesi, Lacancı ayna evresinin narsist çocuğunu anırtır..." (126). Kant, estetik-olan tikelleri tümel bir yasaya bağlar. İdeolojik bakış da buna benzer, hem bütünüyle benim bakışımdır hem de tamamen öznesiz bir hakikattir. Kantçı estetik bizi ideolojiye ilişkin materyalist bir anlayışa sürükler (Eagleton, 2010: 137):

İdeoloji bir yandan herkesin bildiğidir, epriyip kirlenmiş özdeyişlerin tıktırıldığı bir paçavra torbasıdır; fakat bu üzerimize tam oturan hazır biçilmiş yaftalardan ve klişelerden oluşan takım, özneyi, eşi olmayan tek bir kimliğin köklerine derinden bağlayıp, cinayete ya da şehitliğe sürükleyecek kadar güç doludur.

Anestezi ve Estetik

Günümüz tıp terminolojisinde kullanılan anestezi terimi, estetik sözcüğünün kökeni olan Yunanca algılamak fiilinden türetilen 'aesthesia' sözcüğünün başına olumsuzluk eki getirilerek elde edilmiştir. Günümüz tüketiminin estetize edilişi toplumda sadece hoşla gitme değil, bir tür anestezi etkisi de yarattı denilebilir. Tüketimin uyuşturucu etkisine daha önce de pek çok düşünür dikkat çekmiştir. Örneğin Eric Fromm, Noam Chomsky halkın/tüketicinin uyuşturulmasından, hipnoz edilmesinden söz etmişlerdir. Adorno ile Horkheimer'in açtığı yolu izleyen Fromm, Marcuse ve Habermas gibi diğer Eleştirel kuramcılar da kendi eleştirel ve toplumsal kuramlarında kültür endüstrilerine temel bir rol atfederler. Kitleli üretim ve tüketim 19. yüzyıl sonrasının sanayileşmiş modern kentlerinde görülür. Adorno ve Horkheimer'dan sonra Herbert Marcuse, tüketim kültürünün, bireyleri satın almaya zorlayarak sahte ihtiyaçlar ürettiğini vurgulamıştır. Fromm'un ABD'de de yayınlanan ilk kitabı Özgürlükten Kaçış (1941) kültür endüstrisi modelinin reklâmın, kitle kültürünün eleştirisine uygulanmasıdır. Burada reklâmcılığın önemi yadsınamaz. Fromm modern reklâmcılık için şöyle der; "Tüm bu yöntemler özü itibarıyla usdışıdır, bunların malların nitelikleriyle hiçbir ilgisi yoktur ve bunlar tüketicinin eleştirel kapasitelerini bir afyon veya doğrudan doğruya bir hipnoz gibi uyuşturmakta ve öldürmektedir" (Kellner, 2005: 237). Eagleton'a göre güzellik özgür rızamızı alır (86). Endüstriyel kapitalizm, hiçbir şekilde tinsel değerleri damdan düşer gibi gözden düşüremez, tinsel bir toplum modeli olarak estetik beğeninin amacı, estetik beğenin zora dayalı olamayacağıdır (Eagleton, 2010: 97).

Noam Chomsky için günümüzde uluslararası medya sistemi bir kaç mega şirket anlamına gelir, kamunun çıkarlarına değil, devletin ve diğer şirketlerin çıkarlarına hizmet eder, medyanın saldırı ve ayartma ekranı olası en büyük halk kesimini tutsak almak ve ipnotize etmek üzere düzenlenmiştir (Chomsky, 1993: 8). Burada ipnotize etmek kavramı bizi yine estetiğin 'anestezi' kavramına götürür. Mike Featherstone da (1991) Batı toplumlarının giderek estetize olmasına dikkat çeker. Ona göre 21. yüzyıl tüketimi küresel imaj ekonomisidir. Firmaların pazarlamalarıyla tüketiciler sürekli yeni moda yeni stil yeni duyumsama ve yeni deneyim arayışındadırlar. Markalar, imajlar kültürel süreçlerin önemli girdileridir ve bu girdilerle de yaşam şekilleri estetize hale gelmiştir. Featherstone'a göre, yaşam pasif olarak kabullendiğimiz bir şey değil, yarattığımız, ürettiğimiz bir şeydir, kapasitemizi kullanırız, fakat artık bunların hepsi stil olmuştur. 21. yüzyıl pazarlaması 'deneyim'e vurgu yapar. Buna göre de estetize olmuş çevrede kullanıcı, alıcı veya tüketici yapımcı, tasarımcı olur, üretim ve tüketim birleşir. Bu nedenle 21. yüzyılda tüketimin ana kısımlarından biri tasarımdır. Ev, beden, ruh, alanlar bireysel tasarımın konusu olurlar. Dergiler iç mekân, bahçe dekorasyonu, yaşam stilleriyle ilgili konularla doludur ve benzeri konularda eğitim verilmesi giderek artmıştır (Dobers & Strannegard, 2005: 324-336). Seçme özgürlüğü de giderek artmış görünmektedir. Öte yandan bu seçim özgürlüğü aklı Horkheimer'in at ve otomobil örneğini getirir. Horkheimer'e göre günümüz insanının seçme özgürlüğü atalarından çok fazladır, üretici güçlerin gelişmesiyle özgürlüğü korkunç artmıştır. Nicelik açısından çağımız işçisinin yararlanacağı ürün çeşidi, eski çağın soylusundan çok daha geniştir. Bu tarihsel gelişme küçümsenmemelidir. Ne var ki özgürlük artışıyla özgürlüğün niteliği değişmiştir. Örneğin ata binmekle otomobil kullanmanın içerdiği özgürlükler oldukça farklıdır (Horkheimer, 1998: 123):

Sanki otomobili kullanan biz değil de uyumak zorunda olduğumuz sayısız kurallar, yasalardır. Hız sınırları vardır, yavaş sürme, durma, belirli şeritler içinde kalma uyarıları, hatta biraz ilerideki dönemecin biçimini gösteren işaretler vardır. Gözlerimizi yola dikmemiz ve her an doğru hareketi yapmak için tetikte olmamız gerekmektedir. İçten gelen, kendiliğinden davranışlarımızın yerini, boğazımızı sıkı mekanik zorunluluklara yönelttiğimiz dikkati dağıtacak her türlü duygu ya da düşünceyi silmemizi gerektiren bir zihniyet almıştır.

Araba örneğinde görülen değişme, Horkheimer'e göre kültürümüzün her dalına yayılmıştır. Eski tür iş adamlarının kullandığı ikna yöntemleriyle, modern reklâmcılık tekniklerini karşılaştırmak yeterlidir. Frankfurt Okulu düşünürlerinin modern toplum eleştirilerinde kültür endüstrisi, popüler kültür gibi kavramları öne çıkarmalarının nedeni geç kapitalizmin sadece ekonomi politik ile çözümlenemeyecek kadar gelişkin olmasındandır. Bu toplumun en temel özelliklerinden biri hegemonya ve ikna süreçlerinin kültürel boyutunun, sistemin genel bütünselliği içinde, git gide daha belirgin bir hale gelmesidir. Marcuse'ye göre geç-kapitalizmin temel özelliği bütüncül bir toplum olmasıdır. Bu düzen, üremek zorunda olduğu şeyi de, bu şeyi temin etme ve kendi gücünü yayma araçlarını da kendisinde öncel olarak bulundurur. Böyle bir yapı içerisinde teknolojiyi, siyaseti ya da kültürü birbirinden kopuk bir şekilde ifade edebilmek neredeyse olanaksızdır. Her biri hem kendisidir hem bir diğeridir (Dellaloğlu, 2007: 117-119).

AMAÇ VE YÖNTEM

Bu çalışma giriş bölümünde de değinildiği gibi, *Show TV*'de yayınlanan “Bugün Ne Giysem” isimli yarışma programının tüketimi estetize etmedeki ve ‘güzellik’le tüketilen ürünler arasında ilişki kurmadaki rolünü irdelemeyi amaçlamıştır. Estetik kavramlar burjuvazinin ortaya çıktığı dönemin başlarında egemen ideolojinin oluşturulmasında veya faşizmin estetize edilmesinde önemli rol üstlenmişlerdir. Benzer şekilde “Bugün Ne Giysem?” yarışmasının, tüketici kimliğinin oluşturulmasında ve ancak tüketimle güzel, hoş hale gelmenin dayatılmasında rol üstlenip üstlenmediği araştırılmak istenmiştir.

Bu çalışmada irdelenen programın formatı: *Show TV*'de “Bugün Ne Giysem?” isimli yarışma programı 2011–2013 yılları arasında hafta içi her gün gündüz kuşağında 16.30- 18.30 saatleri arasında yayınlanmıştır. 2012 programları bir süre gündüz kuşağında saat 14.00’da başlamış, gece yarısından sonra da tekrarı verilmiştir. Programın tekrarlarının hem aynı kanalda gece yarısından sonra, hem de Youtube gibi online sitelerden izlenmesi mümkün olmuştur. *Show TV* İç Yapımlar ekibi tarafından hazırlanan programa internet üzerinden form doldurarak katılan ve ön elemelerin ardından, seçilen yarışmacılar on sekiz -seksen yaş aralığındadır ve eğitimleri ve meslekleri farklılık göstermektedir. Çoğunlukla kendilerini öğrenci, foto model veya ev hanımı olarak tanımlayan yarışmacılar, moda, sinema-televizyon alanlarından gelen jüri üyeleri tarafından seçilerek yarı finale ve finale kalmaya hak kazanmaktadır. 2011–2013 arası elemelere katılan yarışmacıların zevklerini ve seçimlerini değerlendiren jüri üyeleri: Nur Yerlitaş, İvana Sert, Hakan Akkaya, Çağla Şikel, Özge Ulusoy, Uğurkan Erez olmuşlar, kendilerini “moda avcılarını” olarak tanımlamışlardır. Yarışma boyunca farklı tarihlerde adı geçen jüri üyelerinden üç veya dört kişi katılmış, yarışmacılara “bizimlesin” veya “bizimle değilsin” şeklinde oy vermişlerdir. Finale kalan yarışmacılardan kimin birinci olacağına ve para ödülü alacağına da canlı yayınlanan ‘gala gecesi’ halk oylamasıyla (SMS oylarıyla) karar verilmektedir.

Verilerin toplanması aşaması: Adı geçen program 2012 yılında, 19, 20, 21, 24 ve 25 Eylül ve 18, 19, 20, 21 ve 22 Haziran tarihlerinde birer hafta başlangıcından sonuna kadar online siteler aracılığıyla izlenmiş, oluşan gözlem sonucu bu çalışma hazırlanmıştır. Söylem analizi yöntemiyle irdelenen program için diyaloglar metne dökülerek, tüketimin nasıl estetize edildiğine dair kullanımlar özellikle analiz edilmeye çalışılmıştır.

BULGULAR

“Bugün Ne Giysem?” yarışma programının ön elemeleri için öncelikle yarışmacıların internet üzerinden doldurması gereken formda “alışverişe ayda ne kadar zaman ayırırsınız?,” “tarzını beğendiğiniz ünlüler kim?,” “vücudunuzda en beğendiğiniz yer neresi?,” “vücudunuzda en beğenmediğiniz yer neresi?,” “kazandığınız takdirde 100 bin lira ile ne yapmayı düşünüyorsunuz?” gibi sorular yer almaktadır. Bu sorularda ‘alışveriş’, ‘beğenmek’ kavramları bir araya gelmekte, ‘estetik’, ‘güzellik’ ve tüketim ilişkili görünmektedir. Kazanılacak para ile yapılacak şeylerin hayal edilmesi de yine akıldan çok duyular alanıyla, mantığın kız kardeşi olarak nitelendirilen estetik alanıyla ilgilidir.

Elemeler sonucu yarışmaya katılmaya hak kazananların, podyumda jüriye kendilerini beğendirmek için çabaladıkları yarışmanın söylemi de yine tüketimi, tüketimle birlikte güzelliği/estetiği ön plana çıkarır niteliktedir. Adı geçen yarışma programında jüriye ait olan aşağıdaki söylemler tüketim yoluyla ‘şık’ olmak ve ‘estetik-güzel’ olmak arasındaki ilişkileri yansıtımları bakımından dikkat çekicidir. Örneğin “Biraz kalçaların var ama bu elbise iyi kapatmış,” “Kendi bedenine uygun giyin, güzel olan beden parçalarını göster, çirkinleri sakla,” “Ayak bilekleri kalın kadınlar bu tür ayakkabıyla bileklerini daha ince gösterebilirler” şeklindeki dile getirişler tüketilen giysiler ve güzellik-estetik arasında çarpıcı bir şekilde ilişki kurmaktadırlar. Örneğin 19 Eylül 2012’de 27 yaşında bir öğrenci olan Gülseren Dalkılıç isimli yarışmacıyı, üzeri bol duran sarı uzun elbise giydiği için Hakan Akkaya şöyle eleştirmiştir: “Bu elbise göğüslerini büyük gösteriyor, elbisenin üst kısmını arkadan toplatarsan göğüslerin daha küçük görünür.” İvana Sert 18 yaşındaki öğrenci Burçin Derbay’a “Bacakların güzel, ortaya çıkarttığın iyi olmuş” der ve benzer şekilde 21 Eylül 2012’de tek omuzlu, koyu renkli mini elbise giyen 22 yaşındaki öğrenci Yağmur Togay’a “Elbise tenine uymuş, beğendim” der. 24 Eylül 2012’de tekrarlanan programda Çağla Şikel, siyah, üstü ve sırt kısmı dantelli uzun elbise giyen 21 yaşındaki yarışmacı Begüm Özdemir’i “Biraz kalçaların var ama elbise kapatmış, iyi uymuş, ölçülü” diyerek över. Bu örneklerde jüri üyelerinin yarışmacıların güzellikleri ve giysileri arasında ilişki kurdukları, yarışmacıların göğüslerinin, bacaklarının, ten renklerinin ve kalçalarının daha estetik görülmesi için giysilerin önemine dikkat çektikleri görülmektedir. Benzer yaklaşım Haziran ayındaki programlarda da gözlemlenmiştir.

Haziran ayında izlenen programlarda jüri üyeleri, bedenin daha güzel, ‘estetik’ görünmesiyle giysiler arasında ilişki kurmuşlardır. Örneğin 18 Haziran 2012 günü programında siyah fırfırlı midi siyah elbise ve siyah ceket giyen yarışmacı Zeynep Karayeli’yi Uğurkan Erez, “Boyun kısa, bu kıyafet uygun değil” diyerek eleştirmiştir. Aynı programda, turuncu -narçıçeği pantolon ve lacivert askısız bluz giyen 23 yaşındaki Sinem Ay isimli yarışmacıyı Sert, “Bu spor bir kıyafet (...) belini kalın göstermiş” diye eleştirir. 20 Haziran 2012’de beyaz üstüne siyah desenli mini bir elbise giyen 24 yaşındaki öğrenci, fotomodel yarışmacı Deniz Baysal’a Akkaya şöyle der: “Bacakların kalın, elbise yakışmamış.” Aynı yarışmacıya Erez de “Giydiklerin teker teker çok güzel ama birleştirme yanlış. Vücut hatalarını kapayarak şık olalım” der. Aynı programda fuşya uzun pantolon-etek üstüne siyah bluz giyen Gül Elif Sezer isimli yarışmacıya Akkaya, “Belini ince gösteren elbise olmalıydı” diyerek beden estetiği ve tüketilen giysiler arasındaki ilişkiye bir kez daha dikkat çeker.

İrdelenen programda taşınan ürünlerin tek tek fiyatı sorulmakta, yarışmacılardan alınan yanıtlardan benzer ürünlerin çok farklı fiyatlarda olduğu gözlemlenmektedir. Yarışma öncesi adaylar alışverişe çıkmakta ve bu alışverişlerin görüntüleri, ürünlerin fiyatları izleyicilere sunulmaktadır. Alışveriş sırasındaki ürün tanıtımlarında “vaauv” benzeri seslendirme kullanılmakta, canlı renklerin seçimiyle de izleyiciler alışverişe, tüketime özendirilmektedirler. “İyi ki aldım,” “alışverişini çok severim,” “sürekli alışveriş yaparım,” “bu elbiseyi çok sevdim” gibi alışverişini ve sevmeyi bir araya getiren dile getirişler dikkat çekmektedir. Alışveriş tanıtımında verilen fiyatlar beş liradan başlayarak bin liraya kadar değişiklik göstermektedir. Örneğin 24 Eylül’deki programda, yarışmacı Özdemir, giysisinin 485 TL. olduğunu jüri üyelerine söyleyince, Akkaya “Verdiğin paraya helal olsun, bu çok güzel bir elbise” demiştir. 21 Eylül 2012’de jüri önüne çıkmak için hazırlanan yarışmacı

Gülcan Yumuş ise, Uğurkan Erez'e siyah küçük çantasının 50 TL. , küpelerinin ise 5 TL. olduğunu belirtmiştir. Yarışmacılar, jüri tarafından daha pahalı veya daha ucuz ürünlere değil, sadece tüketime yönlendirilmektedirler. Benzer yaklaşım Haziran ayında izlenen programlarda da gözlemlenmiştir. Örneğin 19 Haziran 2012'de İzmir'den gelen ilk yarışmacı Nilüfer Mumcuoğlu'nun, bluzu 30 TL., 22 Haziran'da yarışan 27 yaşındaki model oyuncu Galina Gollocova'un yeşil mavi tonlu, önü dantelli gece elbisesi 150 TL., aynı gün yarışan Özlem Sarıhan'ın uçuk yeşil giysisi ise 700 TL.dir.

İzlenen programlarda giysiler ve "gençlik" arasında da ilişki kurulmuştur. Örneğin 19 Haziran 2012'deki programda "tesettürlü" tekstilci olan yarışmacı 21 yaşındaki Yeşim Avcı, siyah bol pantolon, kol kenarları siyah olan beyaz ceket giymiş, siyah kuşak ve siyah eşarp takmıştır. Akkaya yarışmacının ceketini beğenmiş, nereden kaç liraya aldığını sormuş ve 170 TL. olduğunu öğrendikten sonra ceketin yarışmacıyı "genç" gösterdiğini söylemiştir. Avcı, Akkaya'dan "Bak şimdi genç duruyorsun" övgüsü almıştır. Benzer şekilde 22 Haziran 2012'de yarışmacı Sarıhan da 700 TL olan uçuk yeşil mini giysisinin onu "peri kızları gibi" yaptığını, "gençlik yıllarına" götürdüğünü söyler. Sert de yarışmacıyı "İsteyince şık olabilirsin, bizimlesin" diyerek övmüştür. Yarışmada "gençlik" ve giysiler arasında ilişki kurulduğu gibi, bilgi-eğitim ve giysiler arasında da ilişki kurulduğu gözlemlenmiştir. Örneğin Özge Ulusoy'un 19 Eylül 2012'de, yarışmacı Gülseren Dalkılıç'a "Sen çok okuyorsun, biraz da moda oku, internette de ne var ne yok, ne moda görürsün" demesi ve Akkaya'nın da 21 Eylül 2012'de yarışmacı Gülcan Yumuş'a "Sen ilkokul öğretmenisin, giyinmeyi de çok çok iyi bilmen gerekiyor" demesi, bilgiyle giyimin ilişkilendirmesi bakımından dikkat çekicidir.

Adı geçen yarışma programının söylemleriyle, hem estetiğin ideolojisine başvurularak yarışmacılar ve izleyiciler, giyim ve makyaj yoluyla nasıl daha güzel olacakları üzerine yoğunlaşmakta hem de Dellaloğlu'nun altını çizdiği gibi, "artık düzen 'benim gibi düşün ya da yok ol' demek yerine 'benim gibi düşünmemekte serbestsin. Yaşamını ve tüm sana ait olanları koruyabilirsin, ancak o andan itibaren aramızda yabancısin' demektir" (126). *Show TV*'deki yarışma programında bu dışlama jüri üyelerinin yarışmacıya "bizimle değilsin" demeleri şeklinde yapılmış ve "alaturka" olma eleştirisi getirilmiştir. Örneğin 21 Eylül 2012'de önü kısa arkası uzun, kenarları taşlarla süslü, somon rengi elbise giyen, 21 yaşındaki öğrenci Tuğçe Temel isimli yarışmacıyı Akaya, "Bu halde gelmeye ne hakkın var?", "Elbisende taşlar varken taşlı ayakkabı giyme gafletinde bulunmuşsun" gibi sözlerle eleştirmiş ve "bizimle değilsin" demiştir. Ayrıca Temel'in giysisi için Sert, "Biraz alaturka yaptı seni bu elbise" derken, Ulusoy da "Saçların seni alaturkalaştırmış" demiştir. 20 Haziran 2012'de beyaz lame askısız mini elbise ve üzerine siyah şeffaf uzun etek giyen Eda Akyol'a Akkaya, "Yakıştıramadım, makyaj alaturka ve alışılmış, pembe ruj veya allık olmaz" diyerek eleştiri getirmiştir.

Yarışmacılar "Bu ayakkabılar vb. moda uygun değil," "Bu giysiler seni çirkin göstermiş, bedenini tanımadan giyinmişsin," "Bu ayakkabı ve çanta rengi uyumsuz olmuş" gibi deyişlerle elenmişlerdir. Moda uygun olmamak, ayakkabı ve çanta uyumsuzluğu, "çirkin olmak" ile yani "estetik olmayan" ile ilişkilendirilmiştir. Yarışmada sık sık "Matmazel Çanta'nın" sunduğu program deyişi dile getirilmekte, çanta ve ayakkabı uyumuna-tüketimine dikkat çekilmektedir. Örneğin 19 Eylül 2012'de, 23 yaşındaki uluslar arası pazarlamacı

olan yarışmacı İris Aksu'ya Akkaya "O çanta bu tarza olmaz" derken, Sert de "O çanta bu elbisenin tarzı değil, ayakkabı da renk olarak olmadı" demiştir. 18 Haziran 2012'de siyah ve gri ayakkabı, çanta kullanan yarışmacı Aysin Şaşmaz'ı Sert, " Ayakkabı ve çanta çok renkli, hareketli, bu olmaması lazım" diyerek eleştirmiştir. 20 Haziran 2012'deki programda da Gül Elif Sezer'e Sert, " Hareketli elbiseyle mutlaka düz renk çanta gider" diyerek çantanın önemine dikkat çekmiştir.

Adı geçen programda modacı/tasarımcı jüri üyeleri de yarışmacılar da hallerinden memnun görünmekte, bir görev sorumluluğuyla didinmekte, topluma hizmet etmektedirler. Ama neye ve hangi topluma diye sorarsak, kuşkusuz yanıtı tüketime ve tüketim toplumuna şeklinde olacaktır. Balık nasıl suda olduğunu bilmezse, yarışmayı hazırlayıp sunanlar da, yarışmacılar da estetize edilen tüketim kültürüne nasıl hizmet ettiklerini görememekte veya görseler bile konu estetiğin alanıyla yani duyular alanıyla, güzelle başarıyla kaynaştırıldığı için bu hizmetten memnun, hoşnut görünmektedirler. Program, estetiğin ideolojisiyle nasıl tüketimin estetize edildiğinin ve insanları tüketici kimliğiyle birbirleriyle uyum içine soktuğunun ve bundan hoşlandıklarının en canlı örneklerinden biridir. Adorno ve Horkheimer'e göre kültür endüstrisi çağında düzen bedenleri serbest bıraksa da ruhlara saldırır. Frankfurt Okulu'na göre Kant'ın amaçsız amaçlılığı tersine okunmalıdır. Dellaloğlu bunu "erekli ereksizlik" olarak dile getirir. Kültür endüstrisi gerçek bir kültür değil, kendiliğindenliği olmayan şeyleşmiş bir sözde kültür üretir (2007: 20, 121).

TARTIŞMA VE SONUÇ

Toplumsal yaşamın git gide estetik kılınışı, yönetenin hegemonik gücünün arttığını gösteren diyen Eagleton'ı (71) haklı çıkaracak şekilde, günümüzde tüketiminin git gide estetik kılınışı, küresel ölçekte kapitalist şirketlerin gücüne ve bu gücün giderek artışına işaret eder. *Show TV*'deki "Bugün Ne Giysem?" isimli yarışma programında iyice görünür hale gelen tüketim çılgınlığından insanların önemli bir bölümü memnun görünmekte ve her hangi bir baskı olmadan kendi istekleriyle bu tüketimin bir parçası olarak yaşamaktadırlar. Bu yaşanan süreç, akla estetiğin sadece duyu alanına hitap eden, hoşya giden vb. anlamları dışında, bir tür uyuşturma anlamını da barındırdığını çağırıştırılmaktadır. Ayrıca Burke'nin dikkat çektiği taklit kavramının da rolü yadsınamaz. Burke'ye göre toplumu kaynaştıran estetik taklittir. Kuralların dikte edilmesinden çok taklit sayesinde her şeyi öğreniriz ve böyle öğrendiğimiz şeyi, yalnızca daha etkili biçimde değil, ama daha çok hoşya giden şekilde ediniriz. Eagleton'ın Burke'den aktardığına göre, biz toplumsal yaşamın pratik biçimlerini, hoşlanma uyandıracak şekilde taklit ederek insani öznelere haline geliriz, bizi hegemonik olarak bütüne bağlayan bağıntı da bundan duyulan zevkte yatar (2010: 83-84). "Bugün Ne Giysem?" programında yarışmacıların tükettikleriyle birbirlerini taklit ettikleri, hepsinin adeta birbirlerine benzemeye çalıştığı, genelde farklılıktan çok benzerliklerin ön plana çıktığı ve yine izleyicilerin programda sunulan benzer tüketim ürünlerine yönelindikleri söylenebilir. Eagleton'ın dediği gibi estetik olan ayrıcalığa karşı cephe almış gibidir. Bulgular bölümünde belirtildiği gibi, 21 Eylül programında Temel'in "alaturka" olarak nitelendirilmesi, 19 Eylül programında Dalkılıç'a moda okumasının, internetten modayı öğrenmesinin önerilmesi, 20 Haziran 2012'de Akyol'un Akkaya tarafından, "makyaj alaturka" diye eleştirilmesi, mo-

daya uygun giyinmeyen yarışmacıların “bizimle değilsin” denilerek elenmeleri “ayrıcılığa cephe alındığını” ve “estetik” bulunmadığını gösterir niteliktedir. Bilinmesi gereken, güzel bulunan, modaaya uygun giysiler vardır. Bunları uygun biçimde kullanamayan yarışmacılar eleştirilmekte ve “bizimle değilsin” sözleriyle elenmektedirler.

Tüketici kapitalizmin gelişmesiyle birlikte, toplumsal düzen ve tüketim de estetize edilmiş ve insanların hoşuna giden, kendi beğenileriyle özgürce içinde yer aldıklarını düşündükleri tüketim toplumları yaratılmıştır. Günümüz medyası bu görüşleri destekler nitelikte programlarıyla dikkat çeker. “Bugün Ne Giysem?” programı da estetiğin ideolojisini yansıtan tipik bir örnektir. “Tüketim nesnesi tüm ayırt edici kimliklerin çöküşüdür” (Eagleton, 2010: 467). “Bugün Ne Giysem?” gibi programlar, giderek artan tüketim çılgınlığının ve insanların bu çılgınlığı estetik bularak/hoşlanarak katılmalarının hem aynasıdır hem de yönlendiricisidir. Tüketimin estetize edildiği ve estetize edilen tüketimden haz alındığı, tüketimin kurallarına, dayatmasına istenerek uyulduğu, medyada yarışma programı olarak yer alan “Bugün Ne Giysem?” programıyla bir kez daha görülmüş ve tüketim toplumu olduğumuzun, tüketimin estetize edilmesinin, ‘estetik’ ve ‘güzellik’ ile tüketilen ürünler arasında ilişki kurulmasının altı bir kez daha kalınca çizilmiştir. Örneğin bulgular bölümünde adı verilen yarışmacılardan Dalkılıç’ın göğüslerinin Derbay’ın bacaklarının, Togay’ın teninin, Özdemir’in kalçalarının daha güzel görünmesiyle giysileri arasında ilişki kurulması bu konuda verilebilecek örneklerdendir. Sezer ve Ay giysilerinin bellerini kalın göstermesi nedeniyle, Baysal ise giysisinin bacaklarını kalın göstermesi nedeniyle eleştirilmişlerdir. Jüriye göre giysi, “beden hatalarını” kapamalı, güzel olan yerleri ise açığa çıkartabilmelidir. Giysilerin ucuz veya pahalı olmaları önemli görünmemektedir. Yarışmacılar, jüri tarafından daha pahalı veya daha ucuz ürünlere değil, sadece tüketime, tüketimin ne kadar ‘güzel’, ‘iyi’ yani estetik olduğunu algılamaya yönlendirilmektedirler. Burada önemli olan fiyatlar değil, fiyatı ne olursa olsun satın alınıp tüketilir olmasıdır. Kimsenin sistemin dışında kalmasının söz konusu olmadığı altı çizilebilir. Bu durumun Adorno ve Horkheimer’ı haklı çıkarır nitelikte olduğu söylenebilir. Adı geçen düşünürlere göre aynı malın farklı biçimlerde farklı fiyatlarda pazarlanması sonucu kimse sistemin dışında kalmaz, herkes bir bütünün parçası olur.

Yarışma programında “estetik,” “güzel” ve “gençlik” arasında da ilişki kurulması dikkat çekicidir. Bulgular bölümünde adı verilen yarışmacılardan Avcı’nın ceketinin kendisini daha genç gösterdiği Akkaya tarafından söylenmiş, yarışmacı Sarıhan da giysisinin onu “gençlik yıllarına” götürdüğünü belirtmiştir. Yarışma programında en çok kullanılan sözcükler arasında “moda” “güzel” “kombin” ve “şık” sözcükleri bulunmakta, “şık” ve “güzel” sözcükleri genelde bir arada kullanılmaktadır. Örneğin “siz şık, güzelsiniz, yarışmada bizimlesiniz” denilmektedir. Benzeri örnekler, kadın güzelliğini giyim ile ilişkilendirildiğini göstermekte, tüketilen giysilerin ‘estetiğe’ hizmet ettikleri görülmektedir.

“Bugün Ne Giysem?” isimli yarışma programındaki konuşmalarda kadınların duyular alanına hitap edilmekte ve modaaya uygun elbise, ayakkabı, çanta, takı gibi tüketim ürünlerinin kullanımının özendirilmesinin yanı sıra, hem tüketim, hem insan bedeni de estetikleştirilmeye, hoşla gidilecek biçime sokulmaya çalışılmaktadır. Yarışmaya katılanlar, uç noktada hakaret görmedikleri sürece kendilerine empoze edilen görüşleri kabullenmekte, istenilen modaaya uygun ürünleri satın almaya yönelmekte, söylenenleri kendi gönül rızalarıyla, özgür

iradeleriyle kabul eder görünmektedirler. Estetik sayesinde, tüketimin estetize edilmesiyle dış zorlama ve içsel tepii birbirinden ayrılmayacak kadar kaynaşmıştır. Bu da Eagleton'ın altını çizdiği estetiğin ideolojisi görüşüyle ve Benjamin'in estetize edilmiş yaşam görüşüyle olan paralelliği gözler önüne serer. Tüketimin böylesine estetik hale getirilmesiyle 18. yüzyıl görgü kurallarının, ahlaklılığın estetik kılınması ve Alman faşizminin estetize edilmesi arasında pek bir fark yoktur. Nasıl o dönemin insanları, dışarıdan bir zorlama olmadan, fakat güç odaklarının politik çıkarlarına uygun düşecek şekilde estetik buldukları görgü kuralları veya politik görüşleri çerçevesinde birleşmişlerse, bugün de estetik buldukları, estetize edilmiş olan tüketimin çerçevesinde, tüketici kimliğiyle birleşmektedirler. Ayrıca burada hoş giden bizi hegemonik olarak bütüne bağlayan taklit söz konusudur.

Estetik kavramlar burjuvazinin ortaya çıktığı dönemin başlarında egemen ideolojinin oluşturulmasında önemli rol üstlenmişlerdir. Benzer şekilde "Bugün Ne Giysem?" yarışma programının da tüketici kimliğinin oluşturulmasına, tüketiminin estetize edilmesine, güzellik ve tüketilen nesnelere ilişkilendirilmesine hizmet ettiği görülmüştür. Estetiği estetiğin ideolojisinden ayırarak, duyu alanıyla ilgili olan ve 'hoşa giden' anlamıyla ele alırsak, günümüz medyasında tüketim estetik, bedenler estetik, programı sunanlar estetik, katılımcılar estetik, kavram estetik, düşünce biçimi estetik... Peki ya insanı insan yapan değerleri?

KAYNAKLAR

- Althusser, L. (2005). *Yeniden Üretim Üzerine*. Işık Ergüden, Alp Tümertekin (Translated by). İstanbul: İthaki Yayınları.
- Chomsky, N. (1993). *Medya Denetimi*, Şen Süer (Translated by). İstanbul: Tüzm zamanlar Yayıncılık.
- Dellaloğlu, B. F. (2007). *Frankfurt Okulunda Sanat ve Toplum*. İstanbul: Say Yayınları.
- Dobers, P. & Strannegård, L. (2005). Design, Lifestyles and Sustainability, Aesthetic Consumption in a World of Abundance. *Business Strategy and the Environment*, 14, 324–336.
- Eagleton, T. (2010). *Estetiğin İdeolojisi*. B. Gözkan, H. Hünler, T. Armaner, N. Ateş, A. Dost, E. Kılıç, E. Akman, N. Domaniç, A. Çitil & B. Kiroğlu (Translated by). İstanbul: Doruk Yayınları.
- Eco, U. (2006). *Güzelliğin Tarihi*. Ali Cevat Akkoyunlu (Translated by). İstanbul: Doğan Kitapçılık.
- Horkheimer, M. (1998). *Akıll Tutulması*. Orhan Koçak (Translated by). İstanbul: Metis Yayınları.
- Kellner, D. (2005). Kültür Endüstrileri. Erol Mutlu (Edited by). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Oskay, Ü. (2007). *Estetize Edilmiş Yaşam*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Tunalı, İ. (2007). *Estetik*. İstanbul: Remzi Kitabevi.