

Muhafazakâr Basında Esnaf Fetişizmi

Mesut Yücebaş

Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi

• • •

Özet

Türkiye’de esnaf, muhafazakâr ideolojinin toplumsal ve ekonomik dayanaklarından biri olarak kabul edilmekte ve geleneksel yaşam biçimlerinin korunduğu mesleki bir pratik olarak değerlendirilmektedir. Öte yandan esnafın tamamen muhafazakâr ideolojiye yatkın değildir. Ancak Türkiye’de esnafa yönelik tanımlamalar söylemsel yapılarda, muhafazakâr ideolojiye uygun bir hal alır. Muhafazakâr ideoloji esnafılığı kendi ideolojisine göre tanımlamaktadır. Bu tür tanımlamalarda esnaf, organik ve dayanışmacı bir toplumun üyesi olarak betimlenir. Ancak muhafazakârlığın esnaf kurgusu ideolojik bir tanımlamaya karşılık gelmektedir. Bu çalışmada da muhafazakâr basında ve onun söylemsel içeriğinde üretilen esnaf fetişizmi incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Esnaf, muhafazakârlık, ideoloji, fetişizm.

“Tradesmen (Fetishism)” in the Conservative Press

Abstract

Tradesmen are seen as one of the social and economic foundations of conservative ideology in Turkey. It is thought that the vocational/occupational practices of tradesmen help to preserve traditional way(s) of life. Although it cannot be said that tradesmen only tend to follow conservative ideology in Turkey, they are described -in discursive structures- in a manner that conforms to this ideology: they are depicted as members of a solidaristic and organic society. But, it should be noted that the way that conservatism envisages tradesmen is an ideological construction. In this context, this article examines how “tradesmen (fetishism)” is constructed in the conservative press in Turkey.

Keywords: Tradesmen, conservatism, ideology, fetishism.

Muhafazakâr Basında Esnaf Fetişizmi

Esnaflık Türkiye toplumunda, “ekmek teknesi”, “bereket”, “namus”, “ahlâk” gibi kavramların devreye girdiği bir mesleki deneyim olarak görünür. Esnaf, bu bağlam içinde unutulmaya yüz tutmuş değerlerin, sıcaklığın ve samimiyetin taşıyıcısıdır. Esnaf, ekmek peşinde koşan, ahlâklı ya da çevresindeki mahalleyle birlikte samimi ortamın oluşmasını sağlayan nostaljik bir imge ya da toplumsal dayanışmanın metaforlarından biridir. Ancak esnafa yüklenen bu anlamların tümünün, toplumsal bir süreç ve uzlaşya karşılık geldiğinin de altını çizmek gerekmektedir. Elbette bunu söylemek, bu tür toplumsal belirlenimlerin esnafa tamamen dışarıdan yüklendiği anlamına da gelmektedir. Esnafın toplumsal olarak betimlenişi belirli ölçülerde kendisini tanımlayış biçimleri ile de ilgilidir ki bunlar da bir mesleğin veya işin ekonomik niteliğinin açığa çıkardığı kültürel belirtilerle oluşabilir. Dolayısıyla esnaf kategorisinin algılanmasında ekonomik koşulların belirleyiciliği kadar toplumsal ve kültürel alanda yaşanan politik tercih ve mücadelelerin de etkili olduğunu söylemek mümkündür.

Muhafazakâr basın da bu mücadelenin taraflarından biridir. Muhafazakârlığın esnafı tanımlayış biçimi ve bir esnaf stereotipi etrafında örmeye çalıştığı değer kalıpları, muhafazakâr basında yer alan haberlerden çıkarılabilir. Buradaki çalışmada da muhafazakâr basının gelenekselliğın, ahlâkın ve namusun taşıyıcısı olarak tanımlanan bir esnaf algısına katkısı veya en azından esnafın anlamsal inşasını nasıl gerçekleştirdiği incelenmeye çalışılmaktadır. Bu bağlamda altı aylık bir süreç içerisinde (Mart 2013-Ağustos 2013) muhafazakâr basını tem-

silen *Zaman*, *Yenişafak* ve *Yeniakit* gazetelerinde yer alan haberler incelenecektir. Öte yandan bu incelemeye geçmeden ve muhafazakâr ideolojinin esnaf kurgusunu somut bir şekilde ortaya koymadan önce, Türkiye toplumunda tarihsel olarak esnaf kimliğinin ne anlama geldiğini, esnaf tipinin tarihsel kurgulanışındaki içeriklerin muhafazakâr ideoloji tarafından nasıl devşirilmiş olduğunu ve günümüz Türkiye muhafazakârlığının esnaf fetişizmini ayrıntılı olarak ele almak gerekmektedir.

Türkiye Toplumunda Esnafın Arkeotipi

Öncelikle esnafın toplumsal bir kategori olarak homojen bir yapıya sahip olmadıklarını vurgulamak gerekmektedir. Ancak ekonomik bir kategori olarak benzer kültürel ve toplumsal sonuçlara açık olduğu da belirgindir. Bu belirlenimlerden hangilerinin benimsenip hangilerinin dışta bırakılacağı veya ötekileştirileceği toplumsal anlamlara yönelik mücadelede şekillenmektedir.

Esnaf, yasal düzenlemeler kapsamında ekonomik bir aktör, sanayici ve tacir arasında bulunan bir kesim olarak tanımlanmaktadır. Örneğin 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanununun tanımlar başlıklı 3. maddesinde "...ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedenî çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan..." ifadelerine yer verilmektedir (2005).

Türkiye'de esnaflığın kültürel belirlenimi ve tanımı eski bir gele-
neğe dayandırılmaktadır. Buna göre, "Türk esnaf ve zanaatkârlarının,
hem mesleki hem de meslek ahlâkı açısından beslendiği şüphesiz en
önemli kaynak, kökleri 13. yy'a kadar uzanan Ahilik sistemidir. Bu
sistem ile çıraklık-kalfalık-ustalık eğitim süreçleri belli kural ve kriter-
lere bağlanarak, mesleğin yeni nesillere temel prensipler çerçevesinde
aktarılarak geliştirilmesi sağlanmıştır" (Yücel, 2008: 67). Türkiye Esnaf
ve Sanatkârları Konfederasyonu'na (TESK) göre ise Ahilik, halkın
sanat ve meslek alanında yetişmesini sağlayan, onları ahlâki yönden
geliştiren, çalışma yaşamını iyi insan meziyetlerini esas alarak düzen-
leyen bir örgütlenmedir ve Ahilik, iyi ahlâkın, doğruluğun, kardeşli-
ğin, yardımseverliğin kısacası bütün güzel meziyetlerin birleştiği bir
sosyoekonomik düzendir (TESK, Ahilik Kültürü). Başka bir tanımla-
ma çabasına göre ise "ahilik belli bir kademedeki kalarak yetiştirilen
elemanlar arasında çırak, kalfa ve usta hiyerarşisini kurmak ve bu
kademelerdeki baba-evlat ilişkisi gibi candan bağlarla bağlamak sure-
tiyle zanaatı sağlam ahlâki ve mesleki temeller üzerine kurmuştur"
(Bosnalı, 2004: 41). Mesleki kuralların belirlendiği bir lonca olarak
ahilik, aynı zamanda yardımlaşma ve dayanışma kurumu olarak da
betimlenmektedir. Bosnalı'ya göre, daima iyiye ve güzele yönelen,
toplumun ekonomik ve sosyal yönden kalkınmasına yardımcı olan
orta sandıkları, yararlı iş ve üreticiliğe ulaşılmasında karşılaşılan sos-
yo-ekonomik sorunları göğüsleyen bir kurumdur (2004: 43).

Osmanlı toplumunda meslek örgütleri, ahlâki, mesleki ve ekono-
mik bir denetim aracı olarak da işlev görmektedir. Mardin'e göre,
ekonomi alanındaki denetim konusunda Osmanlı devlet adamları
tarafından kullanılmış olan stratejilerden biri, bir lonca üyesinin çok
zenginleşmesi halinde zanaatkâr zümresinden çıkıp tacir olmak
zorunda kalmasıydı (1991: 199). Dolayısıyla esnaflık ve zanaatkârlığın
Türkiye toplumundaki tarihsel birikiminde ahlâk, mesleki eğitim,
usta-çırak ilişkisi (baba evlat gibi candan), saygı, dayanışma ve dene-
tim (özellikle devlete olan sadakat aracılığıyla) gibi toplumsal nitelik-
lerin ön plana çıktığı görülmektedir.

Esnaf ve zanaatkârlığın, farklı bir ekonomik ve sosyal sürece
eklemlenmesi ise 19. yüzyılda gerçekleşmiştir. Özellikle nüfusların

büyük göçlere zorlanması, Anadolu'daki etnik yapıyı değiştirince, mesleki iş bölümünü milletler sistemine göre bölüştürmüş olan Osmanlı'nın kurduğu denge dağılmaya başlamış, böylece Türk girişimci, esnaf ve zanaatkârlar yeni 'fırsat alanları' bulmuşlardır. «... İnsangücü piramidinde yer alan ve dışarı göç edenlerce boşaltılmış olan zanaatkâr mevkileri, şehirlerdeki Türk nüfusun 'fırsat alanı'nı genişletmişti. ... Bu olgu, 19. yüzyıl sonunda, Anadolu'daki küçük şehirlerin büyümesi ve İzmir gibi kentlerin esaslı biçimde genişlemesi karşısında özel bir önem kazanmaktadır» (Mardin, 1991: 227). Böylece Anadolu'daki şehirlerin görünümü değişmeye başlamakta ve yeni türde bir esnaf tabakası ortaya çıkmaktadır. Bu esnaf ve zanaatkârlar, artık çoğunlukla Müslüman'dır ve geleneksel mesleki ve toplumsal niteliklerin taşıyıcısı oldukları kadar, gizli saklı da olsa fırsatçılığın, büyüme telaşının ve ekonomik çıkarın ortaya çıkardığı dürtülerle hareket edebilmektedirler. Öte yandan esnaf örgütlenmeleri ve esnaf- lar arasındaki dayanışmanın cumhuriyetin dinamiklerinden biri olarak görülmesi de esnaflığın Türk toplumundaki ayrıcalıklı yerini açığa çıkaran bir niteliktir. Her ne kadar bu tahayyül, ulusal bir işbirliğine işaret etse de herkesin işiyle meşgul olduğu ve çatışmanın en aza indirildiği sınıfsız bir toplumu çağrıştırmaya bağlamında, Türk toplumundaki esnaflığa ait ideolojik kurgularla uyum içerisindedir. Bu çıkarsamayı Cumhuriyet'in kurucu ideologlarında da görmek mümkündür. Örneğin “Ziya Gökalp meslek ahlâkına ilişkin değerleri Türk tarihi içinde arar. Türklerde 'esnaf' teşkilatlarında ve loncalardaki meslek ahlâkı anlayışlarını hareket noktalarından biri olarak kabul eder ve bunu Anadolu Selçuklu devleti ile başlatır” (Sağlam, 2004: 76). Nitekim Durkheimci organik topluma çağrışım yapan dayanışma ve işbirliğinin toplumsal dayanaklarını esnaf loncalarından devşirmek mümkündür. Solidarizm veya tesanütçülük denilen bu toplum kurgusunun asıl amacı ise sınıf çatışmasını ortadan kaldırmak ve birbirleriyle uyumlu parçalardan (mesleki gruplar) oluşan bir bütüne ulaşmaktır. «Bu ekonomik yaklaşım toplumsal alana uyarlandığı zaman, karşımıza sınıfların reddedildiği, ama mesleklerin kendi aralarında bir dayanışma içersinde temsil edilmesi gereğine işaret eden bir toplumsal tahayyül çıkmaktadır» (Durna, 2009: 199). Bu tür bir toplumsal

arzunun esnaf örgütleri ile inşa edilmiş olması esnafa yüklenen toplumsal kabulleri de açığa çıkarmaktadır. Genel düzeyde toplum için gerekli olduğu varsayılan bu değerler, çatışmasızlık, ahlâklılık, sadakat ve nizamdan oluşmaktadır. Benzer temalar, muhafazakâr ideolojinin de topluma yönelik kaygı ve beklentilerine karşılık gelmektedir. Örneğin Nispet'e göre, "toplum, hem değiştirilebilir hem de bireysel olarak ayrılabilen bir makine parçası ya da mekanik bir şey değildir. Toplum, kurumlara eklenme ve fonksiyonların karşılıklı ilişkisiyle ve ayrıca, zaman içindeki birikimsel gelişme zorunluluğu ile organik yapıdır" (1986: 25). Diğer bir deyişle muhafazakârlar için toplum, organik olarak birbirine bağlı olan ve her birinin bu organik bütün içerisinde önemli bir rolü bulunan tarihsel bir varlıktır. Organik uyuma dayalı toplum tahayyülü muhafazakâr ideolojinin toplumsal ve siyasal olaylara veya kategorilere yansıttığı yaygın bir argümandır. Ancak muhafazakârlığın esnaf algısını inşa etme süreçlerinde kullandığı argümanlar bununla da sınırlı değildir.

Muhafazakârlık ve Esnafa Yüklenen Değerin Kaynakları

Muhafazakârlığı sadece eskiye duyulan özlem veya onun muhafaza edilmesine yönelik bir çabayla sınırlamak mümkün değildir. Muhafazakârlık, gelenekselcilikten, diğer bir deyişle var olanın durağanlığını doğallaştıran bir insanlık etkinliğinden daha fazlasını içerir. Mannheim'a göre, "gelenekselcilik aslında, her bireyin kendi içinde bilinçsizce barındırdığı hareketsiz-durağan eğilimlerden biridir. Diğer taraftan muhafazakârlık ise, baştan itibaren bilinçli ve düşünseldir çünkü muhafazakârlık planlanmış, uyumlu ve sistematik ilerleme hareketine karşı bilinçli bir karşıt hareket olarak ortaya çıkmıştır" (1959: 99). Muhafazakârlık tarihsel süreç içerisinde modernleşmeye ve özellikle liberalizme (ve sonrasında sosyalizme) yönelik bir tepki hareketi olarak gelişmişse de geleceği dünün kriterleri ile yeniden kurmak ve bilinçli bir 'öz'lük arayışı olarak modern ideolojiler arasına yerleşir. Muhafazakârlık bu nedenle değişimi dışlamaz. "Eğer muhafazakârlık 'değişmemek' anlamına geliyorsa, açıkçası muhafazakâr organizma ölü bir şey olurdu... Muhafazakârlar, değişim doğal olduğu zaman yaşıyan bir toplumun sağlıklı bir şekilde değişebileceğine inanırlar"

(O’Gorman, 1986: 69). Ancak muhafazakârlıkta bu değişim, ölçülülük ve düzen ile gerçekleşmek durumundadır. “Kısacası muhafazakârlık denilen siyasal konum, bir atalet halinden çok ilkeli bir duruş içerir ve elbette, buradaki ‘duruş’ da ‘geleceğe’ karşı kör bir ayak sürüme olmaktan çok ‘geleceğe’ tutunarak ilerlemeyi amaçlayan itidâlli, ölçülü bir ‘tavır’ olarak okunmalıdır” (Argın, 2003: 469). Böylece değişim muhafazakâr ideoloji tarafından “itidal”, “ölçülülük” veya “nizam/ düzen” gibi kavram ve taleplerle paranteze alınmaktadır.

Muhafazakâr ideolojide düzen ve ölçülülüğün işlerlik kazanmasını sağlayan başlıca iki araçtan söz etmek mümkündür. “Muhafazakârlara göre toplumsal düzenin temeli, mülkiyet ve otoritedir. Devletin, düzenin korunması, süreklilik kazanması, mülkiyet ve otorite ile mümkündür. Dolayısıyla düzen ile mülkiyet, özgürlüğün temelini oluşturmaktadır. Düzenin korunması bireyler açısından mülkiyetin, dolayısıyla temel hak ve özgürlüklerin korunması anlamına gelmektedir” (Vural, 2007: 63). Mülkiyet ve otorite (özellikle devlet otoritesi) düzen içinde tesis edilmiş bir toplumun gerekleri olarak görülür.

Mülk sahibi olmak düzen ve intizamın kaynağı olduğu kadar, yüklenen anlam, esnafa yönelik tanımlamaların anlaşılır kılınmasını da sağlamaktadır. Öğün’e göre muhafazakârlık, bir orta sınıf değeri olarak mülkiyetçiliği savunmaktadır ama bu, bireylerin toplumsal konumu güçlendirmesi ve düşük hayat şartları içinde yozlaşmalarını engellemek için tasarlanmış bir düşüncedir ve onların temelde piyasa ekonomisini savunmaları anlamına gelmemektedir (2003: 578). Hatta muhafazakâr ideolojinin savunucularına göre, mülkiyet hakkı tarihsel medeniyetin doğuşunu hazırlayacak kadar kuvvetli bir haktır:

Mülkiyet, yalnızca, insanın ihtiyaç duyduğu cansız bir hizmetçi veya onun dışsal bir uzantısı olmaktan daha fazla bir şeydir. Bu, uygarlıktaki diğer birçok şeyin ötesindedir, insanın insan olma şartı ve onun tüm doğal dünyaya karşı üstünlüğüdür. Bu Roma argümanı insanın varoluşuna kadar olmasa da çok eski zamanlara dayanır. Bu insanın kendisi için doğayı sahiplenmesi ve ‘bu benimdir’ diyerek dünya üzerinde egemenliğini mümkün kılmasıydı... Böylece uygarlığın gelişmesinde ilk adım atılmış oluyordu (Nispet: 1986: 56).

Dolayısıyla muhafazakâr ideolojide mülkün korunması, insanlık tarihini ya da soyun devamını mümkün kılan bir gelenek olarak kut-sallaştırılmış durumdadır. Buradan hareketle muhafazakâr ideolojide mülkün teminatı olarak işyeri (ekmek teknesi) kutsal, korunması gereken toplumsal bir aygıt olarak görünmektedir.

Muhafazakâr ideolojide ayrıca mülk kadar değerli bir başka unsur da ara kurumlardır. Buna göre, aile, cemaat, mesleki gruplar, toplumsal dayanışma ve organik birliğin öğeleri olarak kabul görmektedir. Ancak bu ara kurumlar bir baskı unsuru olarak sivil toplum kuruluşları gibi işlev yüklenmezler. Önemli olan düzen, itaat ve devlete saygıdır. Hatta devlet, toplumsal ara kurumları düzenleyen üst bir organdır. “Bu modelde devlet, toplumun tarih içinde şekillenmiş geleneklerinin, kurumlarının ve ilişkilerinin dağınıklıktan kurtarılıp sistemli bir biçimde cisimleştirildiği, korunup geliştirildiği bir üst kurum/değer, kısacası toplumun özünün ifadesi olmaktadır” (Köker, 2003: 277). Devlet otoritesi bu bağlamda, muhafazakârlar için toplumun devamlılığında yaşamsal bir öneme sahiptir. Bu nedenle “muhafazakârlara göre, bir yandan yurttaşların hür ve mahrem olan aracı kurumları korunurken; diğer yandan da devletin otoritesine dönük saygı güvence altına alınmalıdır” (Öğün, 2003: 557). Muhafazakâr ideolojide esnaf örgütleri de aracı toplumsal kurumlar içerisinde yer almakta ve devlet ile olan ilişkileri bu doğrultuda tesis edilmektedir.

Muhafazakâr ideoloji, politik alana dökülmek zorunda kaldığında şöyle bir tutuma sahiptir: “Baskıları, mağduriyeti göze alarak mukaddeslerine sahip çıkan, ancak bunu, keza bir Mukaddes olan Devlet’e zeval vermeme kaygısıyla ‘kırıp dökmeden’ yapan bir tutum...” (Bora ve Erdoğan, 2003: 633). Devlet, mülklerin en yetkini olarak muhafazakâr ideolojinin siyaset pratiğinde özellikli bir yere sahiptir. Politik mücadele devlete veya onu temsil eden her şeye (polis, kamu malı gibi) zarar vermeyecek şekilde tesis edilmelidir. Bu nitelikleri muhafazakâr ideolojinin tanımladığı esnaf kimliğinde de görmek mümkündür.

Muhafazakâr ideolojinin seslendiği siyasal özne ise toplumun basit insan tipidir. “Milliyetçi-muhafazakâr bakış, halk cevherinin töz-

sel birimi olarak 'basit adam'ı, 'küçük insan'ı (ya da onun cisimleşmesi olarak köylüyü, taşralıyı...) alır" (Bora ve Erdoğan, 2003: 643). Basit insan tipi söylemsel bir kurgu olarak muhafazakâr siyasetin temel politik aktörü olarak işlev kazanır. Bu insan tipi içerisinde kendi girişimiyle, kimseye bağlı olmadan ve ancak belli bir kazançla sahip esnaf da yer alabilmektedir.

Esnaf, genellikle popüler kültürde nostaljik bir imge olarak da ele alınır. Bu niteliği ile eskiye duyulan özlemle şekillenmiş bir ideoloji içinde anlamlı bir yere sahiptir. Mahallenin sıcaklığı, samimiyeti, dayanışması, popüler kültür ürünlerinde özlenen bir dünyanın imgeleri olarak çokça kullanılmaktadır. Muhafazakâr ideoloji için de eskinin sıcak, samimi ve duygudaşlıkların halen yaşanır olduğu günler ve bunların mekanı mahalleler ve mahalleye canlılık katan esnaf, nostaljik imgeler arasında yer almaktadır. Dolayısıyla muhafazakâr basının esnafa ilişkin söylemsel kurgusunda bu tür bir nostalji arayışının katkısı bulunmaktadır. Fakat Bora ve Onaran'ın hatırlattığı gibi, "muhafazakârlığın ana doğrultusu içinde nostalji, salt bir 'koleksiyon ögesi' olarak değil, kurumsal ve kültürel devamlılığı vurgulayacak bir geçmiş kurgusu oluşturmak için işlevseldir" (2003: 236). Bu durumda esnaf, çoğunlukla geçmişten gelen veya kimi geleneksel değerlerin yaşanmasını mümkün kılan bir kategori olarak değerlidir. "Modern olanı dizginleyebilecek, onu (özellikle onun 'dejenere edici' etkilerini) sınırlamakta kullanılabilecek 'eski'ler, 'geleneksel' öğeler muhafazakâr nostaljinin öncelikli konusudur. İşlevini yitirmiş olan ise nostalji objesi olmaktan giderek uzaklaşır" (Bora ve Onaran, 2003: 237). Esnaf da halen korunan, korunması gereken ve muhtemelen muhafazakâr ideoloji için geleneğin yaşatıldığı bir toplumsal nesnedir. Üstelik yeni piyasa ilişkilerinin onlar için tehdit oluşturduğu bir anda, bu tür bir korumacılık daha fazla ön plana çıkmaktadır.

Kapitalizm ve Muhafazakârın Esnafı

Kapitalizmin doğuşunda zanaatkâr ve küçük girişimcinin ayrıksı bir durumu vardı. 19. yüzyıl sanayi devriminden önce zanaatkârlar

ekonominin yeni biçimleri içerisinde yaşamlarını devam ettirebiliyorlardı. Örneğin İngiltere’de sanayi devriminin şafağında tüccar girişimcilerin eve iş verme yöntemi ile üretimi arttırarak kârlarını genişletme arzusu, belirli bölgelerde belli bir alana yoğunlaşmış zanaatkârların yaşamını sürdürmelerine sebep oluyordu. Hatta ilk sanayi şehirleri bu tür üretime dayalı küçük pazarlardan doğuyordu (Bkz: Hobsbawm, 1998: 28-29). Ancak bu, aynı zamanda zanaatkârın ücret ile çalışan konumuna dönüştüğü gelişmelerin de başlangıcıydı. Fabrika üretim biçimi geliştikçe zanaatkârların beceri ve birikime dayalı üretim anlayışı da sarsıntıya uğruyordu. Nitekim fabrika tarzı üretim biçimini eski üreticiler ve esnaf tiksindirici buluyordu (Beaud, 2003: 85). Kırlarda yaşayanlar kentlere göç edip geniş proleter havuzunu oluşturdukça, küçük girişimciler de proleterleşme tehdidiyle yüz yüze kaldılar. Hatta toplumsal isyanlarda da diğer yoksul kesimlerle birlikte hareket ettiler (bkz. Huberman, 2007: 66-82). Ancak piyasanın küresel boyutunun dışında kaldıkları yer ve oranda özellikli bir konuma sahip olmaya da devam ettiler. “Söz gelimi 19. yüzyılda, bira imalatçısı, fırıncı ve şamdan imalatçısı, ulaşım maliyetlerinin yüksek olması nedeniyle yerel pazarlardaki rekabetten büyük ölçüde korunmuşlardı. Yerel tekel güçleri enerjiden gıda teminine her alanda hâkimdi” (Harvey, 2013: 149).

Öte yandan bu süreç sonunda küçük üretici ve zanaatkârın anlam dünyası da değişmeye başlıyordu. Bu “büyük dönüşüm” neticesinde eskinin manevi değerlere dayalı üretim biçimi onarılmaz bir şekilde bozulmuştu.

Malların üretimi artık ne karşılıklı yardımlaşmaya, ne aile reisinin bakmak durumunda olduklarına karşı duyduğu sorumluluğa, ne zanaatkârların meslek onuruna ne de övgünün sağladığı doyuma bağlıydı - mesleği alışveriş olan insanların çok iyi tanıdığı - basit bir kazanç amacından başka hiçbir şeye bağlı değildi (Polanyi, 2007: 121).

Kapitalizm ve endüstri devriminin sonuçları bağlamında ele alındığında esnaf ve zanaatkârların toplumsal konumları, kâr dürtüsü (piyasalaşma) ve proleterleşme (kaybetme) korkusu ile şekilleniyordu. Kapitalist üretim süreçlerinin toplumsal alanı kuşatmaya başlamasıyla

geleneksel esnafın anlam dünyası bozulmaya başlamıştı. Artık hiyerarşik, dayanışmaya dayalı, ahlâki sınırları çizen lonca sisteminden, herkesin kendi başına kaldığı, üretimin ana amacının sermaye arttırmakla şekillendiği bir esnaf kurgusuna geçiliyordu. Toplumsal değişimin ortaya çıkardığı bu dayatma esnaf ile muhafazakâr ideolojideki bağı da tesis eden bir gelişmeydi. Öte yandan piyasa mantığı toplumsal alana yayıldıkça esnafın konumunda başka değişimlerin meydana gelmesine sebep olacaktı. 20. yüzyıla gelindiğinde kapitalizm üretim süreçlerinden tüketim alanına doğru kayacak bu da yeni türde bir ekonomik model ortaya çıkaracaktı. Kapitalizm, endüstriyel üretimden hizmet sektörlerine ulaşmaya başladıkça esnaf da bir kez daha kendini tehdit altında hissedecekti. Dolayısıyla günümüzde artık fabrika gibi kitlesel üretim biçimlerinden çok, kitlesel tüketim mekânları, esnaf için yeni mağduriyet alanlarını teşkil etmektedir.

Alışveriş merkezleri, kentlerin sosyal yaşamında önemli kırılmalar meydana getirmektedir. Sadece tüketici bireye odaklandığı gibi, imaj vurgulayan bu merkezler, aslında kentlerin ticaret yapısını da hızla çözmektedir. Bu noktada, alışveriş merkezleri, esnaf ve zanaatkârın özellikle büyük metropollerde birkaç noktaya sıkıştırılarak, kısmen yok olmaya terk edilmesi sorununun kaynağı durumundadırlar (Yücel, 2008: 70).

Günümüzde bu tehdidi süpermarkete karşı mücadele eden bakkal metaforuyla karşılamak mümkündür. Bir tespite göre, süpermarkete karşı bakkalların aynı cazip koşullarda mal temin edememeleri ve kâr marjları az olmasına rağmen bazı malları marketlere nispeten daha pahalıya satmak zorunda kalmaları müşteri kaybetmelerine ve iş hacimlerinin daralmasına, sonuçta sayılarının gün geçtikçe azalmasına yol açmaktadır (Pıçak ve Abdulkadir, 2009: 26). Bu tespitin doğruluk payı bulunsa da küresel kapitalizm kültürünün esnafa kaynaklık eden ve varlığını sürdürmesini sağlayan dinamikleri de hazırda bulundurduğunu söylemek gerekmektedir. Yerel veya mahalli bir esnaf, küresel ve kitlesel aynılışma sorunu karşısında farklılık, eskiye özlem, sıcaklık ve yerellik/yerlilik arayışı içerisinde olan insanlar için birer kaçış noktası olabilir. Ancak daha önemlisi küresel kapitalizm de sürekli olarak farklılık ve yerellik arayışını, benzemezlikler ve aynılış-

tırlamayanların tercih edilme potansiyelini göz önünde bulundurarak canlı kılmaktadır. Harvey'in dikkat çektiği nokta da tam olarak bununla bağlantılı görünmektedir. Harvey'e göre günümüzde yerel kültürel yeniliklere, yerel geleneklerin yeniden canlandırılmasına ve icadına duyulan ilginin ne ölçüde bu türden rantları yaratma ve el koyma arzusunun kaynaklandığı sorusunu da gündeme getirmektedir (2013: 155). Dolayısıyla yerellik ya da öznelliklerle tesis edilmiş bir satış veya sunum etkinliğinin de küresel kapitalizm dinamikleri içerisinde anlaşılması gerekmektedir. Bu tür girişim çabaları aynı zamanda günümüz esnafı bağlamında geleceğin kârlı ortaklıklarına katılma hayalini ve umutları canlı tutmayı mümkün kılar görünmektedir. Sonuçta, daha önceki gelişmelerle birlikte ele alındığında kapitalist bir ekonomide esnafın beşeri duyguları, korku (proleterleşme), mağduriyet (süpermarket karşısında bakkal), umut (özel bir marka olma) ve kâr elde etme dürtüsü ile şekillenmektedir denilebilir.

Muhafazakâr ideolojide korku ve mağduriyet söylemleri politik tavrın biçimlenmesinde önemli bir role sahiptir. Nitekim Ögün'e göre, muhafazakâr her şeyden önce peşin yenilginin adamıdır (2003: 566). Modernizmden duyulan korku, devrimsel süreçlerin eskiyi onarılmaz şekilde değiştirmesi ve kapitalist ekonomik düzenin oluşturduğu ekonomik ve toplumsal mağduriyetler (kadim gelenek ve toplumsal bağların çöküşü) muhafazakâr ideolojinin politik söyleminin ana temalarını oluşturmaktadır. Bu nedenle esnaf kimliğinin tesis edilmesinde ekonomik koşullar altında ortaya çıkması muhtemel bu tür yönelimler, onlara yönelik söylemsel kalıpların oluşturulmasında da kullanılabilir. Ancak bir parantez açarak esnafa yüklenen bu muhafazakâr kalıbın yeni muhafazakârlık bağlamında bir çelişki taşıdığını da belirtmek gerekmektedir.

Günümüzde yeni muhafazakârlık, eski muhafazakâr söylemleri liberal politikalarla bağdaştıran ve belli ölçülerde bunları da aşındıran bir niteliğe sahiptir. Yeni muhafazakâr siyaset eskinin ahlâki saiklerini, mülkiyet anlayışını ve toplumsal tahayyülünü yeniden tanımlamaktadır. Dubiel'e göre, bu yeni siyasal söylemin temel nitelikleri şu şekilde tanımlanmaktadır:

... öncelikle, kültürel ve siyasi amaçlarından soyutlanmış bir teknolojik ve sosyal teknik gelişmenin amaçsız akışı; sonra, üretim araçları üzerindeki özel mülkiyete yüksek derecedeki toplumsallaşma koşulları altında bile dokunmayan bir üretim tarzı; ahlâki saikleri ve üretimin işlevsel gereksinimlerini kısa devre ile birbirine bağlayan yasaklayıcı bir etik ve nihayet, içinde biçimsel meşruluğa sahip profesyonel elitlerin kolektif kararlarının görüşülüp uygulandığı, toplumsal gruplardan kesinkes ayrılmış bir siyasi sistem (1998: 155).

Konjonktürel bu dönüşümün Türkiye muhafazakârlığına da etkileri kaçınılmazdı. İslami kimlikleri ön plana çıkan yeni bir burjuvazi Türkiye siyasetindeki söylemsel kalıpların değişmesine yol açıyordu. “İslami hareket kamusal alana çıkışla, yeni bir Müslüman kimliği yaratıyor, bunları kamusal alana taşıyor, kendi orta sınıfını doğuruyor, yeni tüketim modelleri getiriyor ve kendi burjuvazisini yaratan toplumsal bir olgu haline geliyordu” (Göle, 2002: 128). Ayrıca yeni muhafazakâr zenginler de eski sosyetenin alışkanlıklarını kendilerine uyarlamaya başlıyorlardı. Bu kesimler “beş yıldızlı otelleri, lüks otomobilleri, antika merakları gibi mevcut sosyetenin alışkanlıklarını, yaşam tarzlarını ‘İslamileştirerek’ devraldılar” (Can, 1997: 64). Böylece muhafazakâr ideoloji girişimcilik, marka, lüks yaşam ve zenginleşme gibi kavramlarla yeni bir siyasal söylem oluşturmaya başladı. Dolayısıyla eskinin kendine yeten, kapitalizmin mağdurlaştırdığı muhafazakâr siyasetin öznesi olarak tekil insan stereotipi ortadan kalktı. Ancak reel düzlemdeki bu dönüşüm, muhafazakâr ideolojinin temel dayanakları olarak söylemsel düzlemde tekil insanı, mağdurluğu veya uzlaşısız, otoriteye (devlete) saygılı geleneksel erkeği yerinden edemedi. Küçük işletmeci ya da esnaf da bu söylemsel kalıplar içerisinde tanımlanmaya devam etti. Ancak yeni gelişmeler bağlamında esnaf zaman zaman Türkiye ekonomisinin bel kemiği, hatta gelecek zengin girişimcilerin (ya da markaların) kozası olarak da değerlendirildi.¹

•••

1 Örneğin, 2012 yılının Ekim ayında, Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK) ile Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme Başkanlığı (KOSGEB) arasında imzalanan bir protokolle esnafın girişimcilik eğitimi alması hedeflenmiştir (Girişimci Esnafa 30 bin Lirası Hibeli Kredi, 2012).

Fetişizm Kavramı ve Muhafazakâr İdeolojide Esnaf Fetişizmi

Kendi kendine yeten, kapitalizmle özellikle kültürel bir mücadele içinde olan ama yeri geldiğinde yeni koşullara ekonomik yönden uyumlanabilen ve bunu da kültürel bir bozulmamışlık iddiası ile gerçeğeleştirmeye çalışan bir esnaf tipolojisi, muhafazakâr ideolojinin siyasal temsili için özgöl bir kategori sunmaktadır. Esnaf tipolojisi, bu kullanımda tüm farklılıklarından arındırılmakta, sınıfsal ayırt edici niteliği göz ardı edilerek en doğal, en hakiki toplumsal aktör olarak fetişleşmektedir.

Fetişizm kavramı, Marksizm'de somut toplumsal bir durumu tanımlamak için kullanılır. Meta fetişizmi, metanın üretilme süreçlerindeki toplumsal dinamikleri mistifike eden bir niteliğe sahiptir.

Bu bağlamda, metanın 'doğal fiyat'a, içerdii insan faktöründen bağımsız olarak parayla ve diğer metalarla bir ilişkiye sahip olduğu düşünülür. Aslında üretimde rolü olan insanların arasındaki ilişkileri yansıtan bu fiyat, hem kullanım değerinin yabancılaştırılmasına dayanan mübadele değerine işaret eder hem de metanın fiziksel niteliği gibi toplum dışı bir niteliği olarak ele alınır (Ollman, 2008: 307).

Meta fetişizminde, meta üretimini mümkün kılan toplumsal ilişkiler gözden kaybolur. "Kapitalist ekonomik ilişkiler içinde meta ve onu üreten insan emei arasındaki ilişki görünmez hale gelmiştir. Fiziksel nesnelere, gerçekte toplumsal ve insana özgü olan bir takım nitelikler atfedilmektedir" (Çelik, 2005: 179-180). Diğer bir ifade ile metalar arası mübadele ilişkileri, toplumsal olmayan doğal süreçler olarak anlam kazanmaktadır. Bundan sonra, insanların kendi kullarımları için üretilmiş olan nesnelere, değişim değerinin taşıyıcısı olarak ondan uzaklaşmıştır. Kullanım objesinin metaya bu şekilde dönüşümü, kapitalist burjuva toplumunda, ürünün insanları hâkimiyet altına almasını (insanların ürünü değil) açıklamaktadır (Löwith, 1999: 146). Dolayısıyla artık şeyler insanın kontrolünde değil, ona dışsal ve karşıt konumdadırlar. "Bazı özel toplumsal koşullarda, bu görünüm 'kendinde şey', insanın varoluşunun ve davranışlarının belirleyicisi haline

gelir; insanın bilinci 'özdekleşir' ve kendinde şeyler insan için ölçü halini alır" (Löwith, 1999: 146). Meta fetişizmi insani ilişkilerin üretim süreçlerinden dışlanması içerdiği kadar, insan tarafından üretilmiş olanların insanı tahakkümü altına almasına işaret etmektedir. Bu haliyle meta fetişizmi, "şeyleşme" olarak da tanımlanabilir (Ollman, 2008: 307). Ancak şeyleşme sadece metaların para olarak ifadesinin doğallaştırılması ile sınırlı değildir. Sermaye veya toprak mülkiyeti de bu bağlam içerisinde değerlendirilmelidir. Ancak daha önemli olan ise emeğin kendisinin şeyleşmesidir. Kapitalizmde "emek ilişkisinin kendisi şeyleşmiş bir hayalete, özgün niteliği elinden alınmış bir soyutlama olan ücretli emeğe dönüşmüştür. Kapitalizmde insanlar, değer üreten diğerlerinden farklı olarak yabancılaşmış emeklerini, bütün insanlar tarafından her an gerçekleştirilen bir üretici etkinlikmiş gibi görürler" (Ollman, 2008: 309). Böylece insan ile insan arasındaki ilişkiler de biri diğerinin yerine ikame edilebilecek nesnelere dönüşür.

Lukacs'ta ise şeyleşme kavramı bilimin üretiliş biçimlerine kadar genişletilir (bkz: Balibar, 2000: 94). Lukacs'ta şeyleşme, insanın kendi özelliklerine sinen bir niteliğe sahiptir. Şeyleşme ile «insanın özellikleri ve yetenekleri artık kişiliğin organik birliği halinde birbirleriyle bağlantı kurar olmaktan çıkar, insanın dış dünyada sahip olduğu veya 'feragat edip elden çıkardığı' nesnelere benzer şeylerin kılıfına bürünür» (Lukacs, 1998: 179). Şeyleşme insanın kendine yabancılaşması kadar, tür olarak insanlığa yabancılaşmasına da karşılık gelir. Şeyleşme neticesinde insansal ilgiler kendi dışındaki dünyayı şey benzeri kategorilere ayırabilir. Şeyleşme, insana ait olguların ya da kategorilerin doğal bir niteliğe bürünerek, değiştirilemez hakikatler olarak sunulması ile ilgilidir. Toplumsal kategorilerin tanımlanmasında da şeyleşme pratiği devreye girebilir. Esnaf kategorisine ait şeyleşme ise onun sınıfsal ayrımlar dışında kaldığı iddiasıyla ya da toplumsal bütüne ait değerlerin en doğal taşıyıcısı olarak betimlenmesinde ortaya çıkabilir. Belirli türde sosyo-ekonomik bir ardalanın ve tüm farklılıklarının dışında doğallıklar olarak sunulan kurgusal esnaf tipolojisi de muhafazakâr göstergeleri, ekonominin bel kemiği olmaları ya da mağdurlukları ile muhafazakâr basının özgül tanımlamaları içerisinde fetiş şeyler olarak yer alabilmektedirler. Bu, esnaf kategorisinin tarihsel

seyir içersinde oluşmuş anlamlandırma birikiminden kimi nitelikleri devşiren bir ideolojinin, şey benzeri kurgusuna karşılık gelmektedir. Ancak halen somut bir düzlemde açıklanmayı beklemektedir. Bu nedenle muhafazakâr basına ait haber içerikleri üzerinden yapılan bir inceleme, söz edilen tipolojinin oluşturulmasındaki dinamikleri ortaya çıkarmak açısından gerekli görülmektedir.

Muhafazakâr Basın Haber İçeriklerinde Esnaf Tipolojisi Üzerine İnceleme

Muhafazakâr basında esnaf tipolojinin analizini gerçekleştirmek için 2013 yılının Mart ayı ile Ağustos ayı arasında muhafazakâr basını temsilen *Zaman*, *Yenişafak* ve *Yeniakit* gazetelerinde yer alan esnaf haberleri örneklem olarak belirlenmiştir. Bu dönemin tercih edilmesinde, Haziran ayı itibari ile Gezi Parkı eylemlerinin başlaması ve muhafazakâr basının esnaf kimliği üzerinden eylemleri eleştirmesinin önemli bir rolü vardır. Böylece esnaf kimliği ve tasavvuru hakkında billurlaşmış bir söylemsel dizgiye ulaşabilmek mümkün olmaktadır. Ancak örnekleme Gezi Parkı eylemlerinin öncesinin de dâhil edilmesi ile tarihsel bir perspektif de oluşturulmaya çalışılmıştır.

Haberlerin incelenmesinde yöntem olarak eleştirel söylem çözümlemesi tercih edilmektedir. Söylemin ideolojik yapılar ile etkileşiminin incelenmesi, eleştirel söylem çözümlemesinin kapsamına girmektedir. İdeoloji ve söylem arasındaki karşılıklı etkileşimi van Dijk'ta görmek mümkündür. van Dijk'a göre, "ideolojilerden etkilenen son derece önemli toplumsal pratiklerden biri de sırasıyla ideolojileri nasıl edindiğimizi, öğrendiğimizi ve değiştirdiğimizi de etkileyen dil kullanımı ve söylemdir" (2003: 18). «Söylem, bildirişimdeki dil kullanımı, ideoloji de düşünce ve inanç düzeni olarak tanımlandığında; söylem içinde ideolojiyi barındırır ve ideoloji söylem oluşumundaki çerçeve olarak görülebilir» (İlgin, 2003: 285). Araştırmanın amacı da esnaf ile ilgili haberlerde muhafazakâr ideolojinin dil kullanım pratiklerini ve tercihlerini tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın söylem çözümlemelerindeki bazı yönelimlerinden ayrıldığı söylemek müm-

kündür. Söylem kavramını ideoloji kavramının dışında tutan yaklaşımların «temel varsayımı, toplumsal bir pratik olarak dil kullanımının ortaya çıkardığı 'söylem'in, kendi dışında hiçbir belirleyiciye gereksinimi olmadan, özerk ve kendi kendini belirleyen olarak tanımlamasıdır» (Üşür, 1997: 106). Çalışmamızda söylem ile ideoloji birbirini dışlayan kavramlar olarak kullanılmamaktadır. Çünkü «kimliğimizi şekillendiren söylemler toplumda günbegün yaşanan yapılar ve pratiklerle yakından birbirine bağlıdır, bazı söylemlerin 'doğru' etiketini alması diğer bazılarının ise almaması görece güçlü grupların çıkar alanıdır» (Burr, 2012: 76). Eleştirel söylem incelemelerinde, ideolojik bağlantıların oluşmasını sağlayan toplumsal alt yapı halen geçerliliğini korumaktadır. Bu yöntemde söylem boyutu, «ideolojilerin günlük konu ve konuşmalarımızı nasıl etkilediğini, ideolojik söylemi nasıl anladığımızı ve toplumda ideolojinin yeniden üretiminde söylemin nasıl yer aldığını açıklar» (van Dijk, 2003: 13). Araştırmamızda eleştirel söylem çözümlemesinden kastedilen de ideolojinin söylemsel olarak kurgulanış biçimlerinin tespitidir. Bu bağlamda araştırmada, ele alınan haberlerde anlamın inşa edilme dinamiklerini açığa çıkarmak ve belli bir ideolojinin (muhafazakârlık) dilsel pratiklerini bir toplumsal aktör (esnaf) üzerinden nasıl yeniden ürettiğini tespit edebilmek için eleştirel söylem çözümlemesi kullanılmaktadır.

Araştırmada muhafazakâr ideolojinin esnaf kurgusunun söylemsel çerçevesini belirlemek için ilk etapta haberler konulara göre bir ayrıma tabi tutulmaktadır. Bu ayrım söylemsel kalıbın makro düzeyini temsil etmektedir. «Konular kavramsal olarak metni özetler ve metindeki en önemli enformasyonu belirli hale getirir... Haber söyleminde, bu makro yapının en belirginini, geleneksel olarak başlıkta ve giriş paragrafında ifade edilmektedir» (van Dijk, 2007: 169). Araştırmada haber başlıklarının ve giriş cümlelerinin ifade ettiği anlamlara göre konulara ayrılması, muhafazakâr basın haber içeriklerinde esnafa ilişkin haberlerde hangi bağlamların ön plana çıkarıldığını göstermektedir.

Söylemsel kalıplarda ideolojik dilsel göndermeler çoğunlukla imalar aracılığı ile gerçekleştirilir. Araştırmada da haberlerde yer alan bazı ortak imalar incelenmeye çalışılacaktır. Çünkü «eleştirel haber

çözümlemesinde en güçlü anlambilimsel kavramlardan biri de imadır... Sözcükler, yan tümceler ve diğer metinsel ifadeler, ancak arka plan bilgi temeline çıkarılabilecek kavramlar ya da önermeler ima edebilir» (van Dijk, 2007: 169). Haberlerde imalar söylenmeyen kadar, fazladan söylenen ifadeleri de içerir. Her bir ima, ideolojik birer bağlamsal niteliğe sahiptir. Araştırmamızda da haber söylemlerinde üretilmiş olan imalar, haber söyleminin esnaf tipolojisini tanımlarken ürettiği anlamları çözümleyebilmek için önemlidir. Öte yandan haberin söylemsel kurgulanışını incelenirken haber şemasını da göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Haberler söylemsel olarak bir haber şemasına sahiptir. Haber şemasında başlık, giriş, ana olaylar, bağlam tarih ve yorumlar gibi kategoriler bulunur ve anlamlar metin boyunca bu kategorilere yerleştirilir. Her bir kategoride de en önemli enformasyon önce ifade edilir (bkz: van Dijk, 2007: 170-171). Zaman zaman metinlerde olayların gelişimi belirli bir perspektiften farklı nedenlerden kaynaklanmış olarak sunulabilir ya da bazı anlamlar dışarıda bırakılarak alternatif oluşumlar engellenebilir. Bu bağlamda ele aldığımız haberlerin şemasında neyin ön plana çıkarılmış olduğu, neyin geri plana itildiği ideolojik perspektifi teşhis etmek açısından önemli görünmektedir. Haber söylemlerinde neyin ön plana çıkarıldığının tespiti aynı zamanda tercih edilen kelimelere de yansımaktadır. Bu bakımdan haberin üslubu (stil) ve retorik de haberin eleştirel çözümlemesinde kullanılacak araçlar olarak ele alınmalıdır. Üslup veya stil farklı sözcükler arasında yapılan seçimlere işaret eder. «Bu tür stilistik seçimler, bariz sosyal ve ideolojik imalar taşır, çünkü bu stiller genellikle muhabirin haber aktörleri ve haber olayları hakkındaki görüşlerinin işaretidir» (van Dijk, 2007: 171). Genellikle tanımlamalar üzerinde yapılan negatif tercihler ya da anlamı güçlendiren kimi kalıplar (metaforlar gibi) haber söyleminin politik tarafgirliğine işaret edebilmektedir. Esnaf kategorisinin muhafazakâr basın tarafından söylemsel kurgulanışında da kullanılan kimi metaforlar ya da sıfatlar anlamın nasıl tesis edildiğini gösterebilir.

Muhafazakâr Basındaki Esnaf Haberlerine Dair Niceliksel Veriler

Muhafazakâr basına ait üç gazetede (*Zaman*, *Yenişafak*, *Yeniakit*) 2013 yılının Mart ve Ağustos aylarına ait esnaf ile ilgili haberlere göz atıldığında bunların makro düzeylerinin diğer bir ifade ile başlık ve girişlerinde ön plana çıkan önerme ve konuların dağılımı Tablo 1'deki gibidir.

Tablo 1 - Konularına göre esnaf haberleri

	<i>Zaman</i>	<i>Yenişafak</i>	<i>Yeniakit</i>	<i>Toplam</i>
Mağdur esnaf	40	28	3	71
Olumsuz esnaf profilleri	8	-	-	8
Ekonominin belkemiği esnaf	1	2	-	3
İktidarla çatışma ve iktidar mağduriyeti	8	1	-	9
İktidar ile olumlu ilişkilere sahip esnaf	24	3	2	29
İşleri yolunda olan esnaf	2	1	3	6
Toplam	83	35	8	126

Altı aylık incelemede esnafı konu edinen haberlerin büyük bölümü esnafın mağdurluğunu ele alan olaylara değinmektedir. Gazetelerden ise daha çok *Zaman*'ın esnafı konu edinen haberleri ele aldığı görülmektedir. Ancak bu veriler sadece konuların dağılımı ve esnaf hakkındaki makro önermelerin nasıl gerçekleştiği konusunda bazı öngörülerin oluşturulmasını sağlamaktadır. Söz konusu konu ve temaların söylemsel olarak işleniş şekilleri (haber şeması) ise muhafazakâr basının esnafa yönelik kurgusunu yansıtacaktır. Ancak söylemsel kalıpların oluşturulmasını sağlayan haberlerin tümü (126) çalışmanın boyutlarını aşacağından, bazı ortak noktaları tespit etmeyi mümkün kılan örnekler üzerinden hareket edilmeye çalışılacaktır.

Esnaf Mağduriyetinde Retorik, Üslup ve İmalar

Esnafın mağdurluğuna değinen haberlerde genellikle esnafın işlerinin kötüye gittiğini belirten durumlar ön plana çıkarılmaktadır. Öte yandan Gezi Parkı olaylarında mağdur olan esnaf imgesi de bu bağ-

lamda ele alınabilir niteliktedir. Örneğin bir haberde öne çıkan ifadeler şöyledir: “Başbakan Tayyip Erdoğan, Gezi Parkı eylemlerinde esnafın hedef alındığını söyledi. Olay çıkaranların dükkân sahiplerini tehdit ettiğini ifade eden Erdoğan, 'Esnafın son derece duyarlı akliselime davet etmeleri dinlenmedi. Hakaretle, şiddetle karşılık buldu' dedi» (Zaman, Gezi Olaylarında Esnaf Hedef Alındı, 24 Temmuz 2013). Haberde mağduriyet söyleminin oluşmasında eylemlerde esnafın hedef alındığının söylenmesi etkili olmaktadır. Esnafın “son derece duyarlı akliselime davet eden” özne olarak kurgulanışı muhafazakâr ideolojinin esnafa yüklediği toplumsal içeriği açığa çıkarır niteliktedir. Esnaf, akliselim sahibi, duyarlı iken talepleri ise karşıtları tarafından “hakaret ve şiddetle” karşılık bulmaktadır. Haberde ayrıca Başbakan'ın eylemcilere yönelik üslup tercihi de şu şekilde yansıtılmaktadır: “Sokakların terörize edilmesi sonucu esnafımızın işleri bozuldu. Bazı sokaklarda dükkânlara saldırıldı, cam çerçeve kırıldı, dükkânlar yağmalandı”. Haberin devamında da bu tarz bir retoriğin sürekli olarak yenilendiği gözlemlenmektedir. Böylece haber şeması karşıtlıkların tesis edilmesinde olumlu esnaf (akliselim) ve karşıtında yer alan eylemciler (terörize eden) retoriğine dayanmaktadır. Söz konusu karşıtlık haberde şu şekilde sürdürülmektedir:

Esnafın, milletin iyiliğini düşünüp, her zaman istikrardan yana olduğunu ifade eden Başbakan Tayyip Erdoğan, şunları söyledi: ‘Esnaf hadiselerinin iç yüzünü çok çabuk kavrayan, hadiselerin nereden kaynaklandığını ve nereye varılmak istendiğini bilen, buna göre tavrını net olarak ortaya koyan kesimdir. Bu son olaylarda da büyük Türkiye'nin güçlenen ekonomisinin hedef alındığını, istikrar ve güven ortamının hedef alındığını görmüş, bu eylemlere karşı tavrını belirlemiştir (Zaman, Gezi Olaylarında Esnaf Hedef Alındı, 24 Temmuz 2013).

Esnafın çağrıştırdığı anlamlar ‘istikrar’ ve ‘güven arayışı’ ile şekillenmektedir. Böylece esnaf, olayların ardındaki komployu sezen, akıllı, uyanık, istikrar ve güven arayışını temsil eden (muhafazakâr) bir toplumsal aktör olarak kurgulanmış olmaktadır.

Esnaf mağduriyeti söylemi Gezi Parkı eylemleri süresince muhafazakâr basında devam ettirilmiştir. Bu söylem eylemcilere pala ile

müdahale eden bir esnafın serbest bırakıldığı haberde de sürdürülmektedir. Böylece esnaf mağduriyetine yönelik üslup tercihinin boyutlarının sınırsızlığı da göz önüne çıkmaktadır. Haber şemasında olaylara karışan esnaftan sorgulananların ifadelerine de yer verilmektedir: “Uzun süredir devam eden eylemler nedeniyle işlerimiz kötü gidiyor. Bölgede kiralar yüksek. Kazancımız çok düştü. Olay günü göstericilerden müşterilerimiz rahatsız oldu. Ağız dalaşı ve tartışmalar yaşandı. Biz de mutfakta bulduğumuz aletlerle kendimizi savunduk” (*Zaman*, Palalı esnaf: Eylemler yüzünden işlerimiz kötüye gitti, 08 Temmuz 2013). Mağduriyet söyleminin yaratılmasında haberin yer verdiği açıklamalar birer üslup tercihi olarak kabul görmelidir. Buna göre «rahatsız olan esnaf»ın işleri kötüye gitmiş, tartışmalara katılmış ve esnaf da kendisini savunmak zorunda kalmıştır. Başka haberlerde de benzer söylemsel oluşumları görmek mümkündür. Örneğin *Zaman* gazetesindeki “20 gündür iş yapamıyoruz” başlıklı haberde “Nişantaşı’nın ara sokaklarına dağılan göstericiler, esnafın tepkisi ile karşılaştı. Esnaf polise destek vererek eylemcilere tepki gösterdi” denilmektedir (17 Haziran 2013). Esnafın polise verdiği destek, haber retoriğinin ön plana çıkardığı öğedir. Bu tür haberlerde otoriteye saygılı ve eylemciye karşı olan bir esnaf imgelemenin oluşturulduğu görülmektedir. Örneğin *Yeniakit*’in bir haberinde söz konusu karşıtlık esnafa yönelik bir koruyuculuğa dayanmaktadır. Bu haberde savcılarının haber retoriğinde “olayı tahrik eden Taksim Dayanışma Platformu üyelerini serbest bırakması” sorgulandıktan sonra, “işyerini talan etmek isteyen eylemcilerden korunmak için havaya ateş eden esnafın tutuklanması ise yargıya olan güveni azaltıyor” denilmektedir (Esnaf içerde çapulcular dışarıda, 21 Temmuz 2013). Böylece eylemcilerin karşısında olumlu bir esnaf retoriği oluşturulmakta ve esnafın mağdurluğu silah kullanma hakkına sahip olmasına kadar genişletilebilmektedir. Öte yandan esnaf mağduriyetini ele alan haberler Gezi Parkı eylemleri ile sınırlı değildir. Esnafın özellikle tüketim katedralleri ve yeni kapitalist kurumlar karşısındaki konumunu sorgulayan haberlere de rastlamak mümkündür. Örneğin «AVM’ler hem kendilerine hem küçük esnafa zarar veriyor” (*Zaman*, 09 Ağustos 2013) başlıklı bir haberde, perakende sektörünü düzenleyen yasa tasarısının önemine

değnilmektedir. Bu haber söyleminde büyük alışveriş merkezlerine direnen mağdur bir esnaf tipolojisinin oluşturulduğu görülmektedir. Öte yandan esnaf mağduriyetinin muhafazakâr basında üretilmesinin bir başka biçimi, muhalefet ile esnaf arasındaki olumsuz ilişkilerin ön plana çıkarıldığı haberlerdeki üslup tercihlerinde görünürlük kazanmaktadır. *Yeniakit* Gazetesi'nde 'Biracı Başkan' olarak tanımlanan Antalya Büyükşehir Belediye Başkanı'na yönelik olumsuz bir haber retoriği buna örnek gösterilebilir. Haberde, Belediye Başkanı'nın esnafa "kan kusturduğu" metaforu ile anlam güçlendirildikten sonra, Başkan'ın CHP'li olmayan esnafın dükkân ve büfe önlerine koydukları masa, sandalye, buzdolabı gibi eşyalarını kaldırmasını istediği aktarılmaktadır (*Yeniakit*, CHP'li Biracı Başkan'dan Esnafa Çifte Standart, 03 Nisan 2013). Böylece, esnaf ile muhalefet arasındaki ayrım söylemsel olarak belirlenmekte ve bu karşıtlık bağlamında muhafazakâr ideolojinin toplumsal öznesi olarak bir esnaf kimliği tesis edilmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, muhafazakâr basında esnaf haberlerinin önemli bir özelliği esnafı mağduriyet ekseninde tanımlıyor oluşudur. Bu Türkiye'deki mağdur ama mağrur muhafazakâr ideolojik söylemin esnaf kategorisine de uzatılmasını temsil etmektedir. Öte yandan muhafazakâr ideolojinin esnaf ile kendi arasında bir mağduriyet ortaklığı kurduğunu da söylemek mümkündür.

Olumsuz Esnaf Profilleri

Muhafazakâr basında az da olsa olumsuz esnaf profilleri yer almaktadır. Ancak bu tür haberler, muhafazakâr ideolojinin esnaf profilinden ne beklediğini açığa çıkarması açısından önemlidir. Örneğin Gezi Parkı eylemlerinde havaya ateş açtığı için tutuklanan bir esnafı ele alan haberde söylemsel üslup, esnafın eylemini anlamaya yöneliktir. Haber şemasında esnafın anlatımı merkeze alınarak, olayın tarihi şu şekilde aktarılmaktadır: "Gezi Parkı eylemlerinden dolayı zarar ettiğini bu nedenle havaya ateş ettiğini anlatan Adnan S. olaydan sonra silahını göstericilere doğru fırlatarak Simon Otel'e saklandığını anlatmıştı" (*Zaman*, Havaya ateş açan esnaf tutuklandı, 09 Temmuz

2013). Olumsuz bir davranışın sergilenmesi, haber kurgusu içerisinde, esnafın mağdurluğu üst anlatısının altında gerçekleşmektedir. Öte yandan Eskişehir’de dövülerek öldürülen öğrenci Ali İsmail Korkmaz ile ilgili savcının iddialarına yer verilen bir haberde (*Zaman*, Ali İsmail’in katil zanlısı 4 kişi tutuklandı, 08 Ağustos 2013) olumsuz davranış (veya suç) polisten çok esnafa aittir. Haberin söylemsel şemasında bu iddia ön plana çıkarılmaktadır (girişte). “Başsavcı, kaydı polis değil esnafın sildirdiğine dikkat çekti” ifadesiyle verilen iddianın haberin söylemsel şablonunda ön plana çıkartılıyor oluşu, esnafın polis veya devlet gibi otoriteyle karşı karşıya geldiğinde muhafazakâr perspektifin hangi tarafta yer alabileceğine işaret etmesi açısından önemlidir. Öte yandan muhafazakâr basında olumsuz esnaf profilini içeren haberlerin pek yer bulmadığı görülmektedir. Yer verilmek durumunda kalındığında ise bu, çoğunlukla esnafın olumsuz örnek olabilecek eyleminin arka planını (açıklamasını) ihmal etmeyen bir üslupla gerçekleştirilmektedir.

Ekonominin Bel kemiği Olarak Esnaf Kurgusu

Muhafazakâr ideolojide esnafa yüklenen rollerden biri de ekonominin bel kemiği olma statüleridir. Ele aldığımız gazetelerde de bu tür haber söylemlerine rastlamak mümkündür. Örneğin Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürü’nün konuşmasına yer verilen haberde “ekonomik dinamizmin ve canlılığın kaynağını oluşturan esnaf ve sanatkârın aynı zamanda refahı tabana yaydığını kaydetti” ifadesi göze çarpmaktadır (*Zaman*, Esnaf, refahı ve canlılığı tabana yayıyor, 26 Haziran 2013). Bu tür haberlerde esnafa yönelik “ekonominin bel kemiği” metaforu sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Bazı haberlerde ise esnafın korunması, girişimciliğin çoğalması ve işsizliğin azalmasına gerekçe olarak sunulmaktadır: “Küçük esnafın korunmasını isteyen TESK Başkanı Palandöken, ‘Önce küçüğü koru felsefesinin yerleşmesi, girişimcinin çoğalmasına, işsizliğin azalmasına katkı sağlayacaktır’ dedi” (*Yenişafak*, Önce küçüğü koru işsizlik azalsın, 10 Ağustos 2013). Haberlerde esnafın ekonominin dinamosu olarak sunulması muhafazakâr ideolojinin esnafa yüklediği toplumsal anla-

ma işaret etmektedir. Buna göre esnaf aynı zamanda ekonominin iyiye gitmesi için korunmalı ve desteklenmelidir.

İktidarla Çatışma ve İktidar Mağduriyeti

Muhafazakâr ideoloji, var olan düzenin ve toplumsal hiyerarşinin korunması için otorite ile çatışmaktan kaçınan bir ideolojidir (bkz: Vural, 2007: 63). Ancak zaman zaman esnaf bu tür tartışmaların içersine girebilir. Devleti temsil eden kurumlarla (polis, zabıta vs) veya iktidarı temsil eden mekanizmalarla çatışma içersinde kalabilir. Bu tür durumlarda muhafazakâr basın, tarafsız bir dil tutturmaya çalışır ama çoğunlukla iktidar veya otoriteyi temsil eden kurum veya kişilerin yanında yer alır. Örneğin *Zaman* gazetesinde yayınlanan bir haberde esnaf ve zabıta arasında yaşanan gerginlik şu şekilde aktarılmaktadır. “Beyoğlu’da esnaf ve zabıtalardan kaldırım işgali gerekçesiyle birbirine girdi. Zabıtalara sopalarla saldıran iş yeri sahipleri, el konulan ürünlerini teslim etmemek için direndi” (Beyoğlu’da zabıtalardan esnaf kapıştı, 16 Mayıs 2013). “Sopalarla saldıran esnaf” ifadesi haberde ön plana çıkarılmaktadır. Böylece esnafın söylemsel olarak mücadelesine haksız bir yön bulunmaktadır. Otorite (burada zabıta) çatışma halinde, esnaf kimliği muhafazakâr basında olumsuzlanmaktadır.

Muhafazakâr basında esnaf ile iktidar arasındaki çatışmalı ilişkilere odaklanan haber sayısı oldukça azdır. Ancak yine de bu tür ilişkilerde esnafın taleplerinin yanında yer alan bir retoriğin üretildiği gözlemlenmektedir. Örneğin bir haberde tarihi bir yerin çevresinde yer alan işyeri sahiplerinin kamulaştırma bedellerini düşük buldukları ifade edilmektedir (*Zaman*, Esnaf kamulaştırma bedelini düşük buldu, 29 Mayıs 2013). Haber dili, turistik bir yer için yapılan kamulaştırma bedeline yönelik esnafın tepkisini ön plana çıkararak iktidarın mağdur ettiği esnafın yanında yer almaktadır.

Muhafazakâr basının iktidar ve otorite mercileri ile çatıştığı durumlarda, düzeni bozan esnaf kategorisinin olumsuzlandığını ancak esnafın iktidarlara yönelik bazı taleplerinin (özellikle ekonomik gereklilik olarak görünenlerin) ise geçerli bir argüman olarak değerlendirildiğini görmek mümkündür.

İktidar İle Olumlu İlişkilere Sahip Esnaf

Gazetelerde zaman zaman esnaf ile iktidar arasındaki olumlu ilişkilerin haberleştirildiği görülmektedir. Bu tür haberler, iktidarla çatışan esnaf haberlerine göre gazete sayfalarında daha fazla yer almaktadır. Esnafı ziyaret eden hükümet yetkilileri bu tür haberlere örnek olarak gösterilebilir. Örneğin *Zaman* gazetesinde Başbakan Tayyip Erdoğan'ın esnaf ziyareti şu şekilde aktarılmaktadır: "İşyeri sahibi ve çalışanlarıyla bir süre sohbet eden Erdoğan'a çay ikram edildi. Erdoğan, sohbet esnasında lastikçilerin önemli olduğuna işaret ederek, '24 saat açsınız. Bir aksilik olursa yolda kalırız. Lastikçi esnafı bu yüzden önemli' dedi". (Başbakan Erdoğan'dan esnaf ziyareti, 01 Mayıs 2013). Esnafın yaptığı işin öneminin, devlet erkânının en üst mercisinden ifade edilmesi haber şemasında ön plana çıkarılan bir önermedir. Çay ikramı, esnaf ve iktidar arasında kurulan bağlantının bir sembolü olarak söylemsel retorikte özellikle vurgulanmakta, lastikçiliğin önemi ise bizzat başbakan tarafından açıklanmaktadır. Bir diğer haberde ise Ankara Valisi esnafa yönelik ziyaretinde yaptığı açıklamada şunları söylemektedir: "Ankara'yı esnaflarımızla birlikte yönlendirelim, stratejik başlıklarını hep beraber belirleyelim" (*Zaman*, Ankara'yı esnafımızla birlikte yönlendirelim, 01 Mayıs 2013). Bu açıklamaya göre esnaf, yönetim aşamasında bulunması gereken ekonomik bir aktördür. Ancak var kalabilmeleri için destek de görmeleri gerekir. Böylece muhafazakâr ideolojinin esnafılığı ekonomik bir aktör olarak da değerli gördüğü anlaşılmaktadır.

Esnafa yönelik mali destekler de bu kategori içerisinde değerlendirilebilir. Kredi kolaylıkları, bankalarla yapılan anlaşmalar ve hükümet destekleri zaman zaman esnafa ilgili haberler arasında yer almaktadır. Kredi kolaylıkları esnaf birliklerini mutlu eden gelişmeler olarak sunulmaktadır. Örneğin bir haberde kredinin 'can suyu' metaforu ile tanımlanması hükümetin yaptığı yardımın değeri için kullanılan bir tercih olarak değerlendirilebilir (*Zaman*, 2,5 milyon esnafa verilecek kredi 'cansuyu' olacak, 01 Ağustos 2013). Bir başka haberde de Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın esnafın bir banka aracılığı ile kullandığı kredi faizlerinde indirimine gidildiğine ilişkin açıklaması yer

almaktadır (*Zaman*, Esnafa Kredi Müjdesi, 30 Nisan 2013). Başbakan ayrıca konuşmasında Türkiye'nin dünyanın en zengin ve en köklü esnaf topluluğuna sahip olduğuna işaret ettikten sonra, "Bu coğrafyada 1000 yıldır esnaflığın sadece ekonomik boyutu olmadı. Dayanışmasıyla esnaflık medeniyetimizin gelişmesinde hayati bir rol oynadı. Komşunun siftahını kendine dert edinen bir kesime dünyanın hiçbir yerinde rastlayamazsınız" diye konuşmaktadır. Böylece haberde Başbakan'ın açıklamalarından bazıları tercih edilerek, esnafın geleneksel değerlerine bir göndermede bulunmaktadır. Buna göre, emsalsiz esnaf geleneği aynı zamanda ahlaki bir değere de karşılık gelmektedir. Ayrıca esnaf, açıklamalara göre muhafazakâr kimliğin yaşatıcısı olarak da konumlanmaktadır: "Esnaf sosyal düzenin muhafızıdır. Toplum içinde edebin adabın terbiyenin koruyucusu yaşatıcısıdır..." Böylece esnaf siyasi bir tercihin (muhafazakârlık) doğal temsilcisi olarak tanımlanmış olmaktadır.

Haber söylemlerinin oluşturulmasında esnafa yönelik muhafazakâr kurgu, devlet 'büyüklerinin' açıklamalarıyla da şekillendirilmektedir. İktidarların esnaftan da beklentileri vardır. Bu beklentiler zaman zaman özel alana kadar uzanabilir. Başbakan Erdoğan'ın bir esnafla sohbeti, bir haber şeması içerisinde şu şekildedir: "Başbakan, 'Kaç çocuğun var?' dediği bir esnaftan, 'Bir, Başbakan'ım' cevabı alınca, 'Olmaz ya, gaza bas gaza... Bak bir olur, rakip olur.' dedi. Esnafın, 'Annesiyle yeni buluştuk Başbakan'ım. Eşim öğretmen.' demesi üzerine Erdoğan, 'Ne demek canım!' ifadelerini kullandı (*Zaman*, Erdoğan'dan 1 çocuklu esnafa: Gaza bas, gaza..., 02 Mayıs 2013). Çocuk yapmanın 'gaza basmak' metaforu ile ilişkilendirildiği eril dil, esnaf ile iktidar arasındaki dilsel uzlaşmayı çağrıştırmaktadır. Esnafın eşinin öğretmen olduğunu vurgulaması ise memur maaşları ve geçim zorluğu ile öğretmen atamalarındaki olumsuzluklara değinen bir protestoyu içermektedir. Ancak açıklanmayı bekleyen bu girişim, 'ne demek canım!' vurgusuyla geçiştirilmektedir. Bu vurgunun içerdiği ima, öğretmenliğin çocuk yapmaya engel olmaması gerektiği yönündedir. Haber söyleminin bir bütün olarak ima ettiği şey ise muhafazakâr bir kategori olarak esnaftan beklenenlerdir (çocuk yapmak gibi).

İktidarla esnaf arasındaki ilişkilerin belirleyici yönü, esnafın ekonomik olarak desteklenmesine yöneliktir. Muhafazakâr ideolojinin ekonomik bir temel olarak esnafı temel mekanizma olarak görmesinin izleklerini bu tür haberlerde görmek mümkündür.

“İşleri Yolunda Esnaf” Retoriği

Muhafazakâr basında esnafın işlerinin iyiye gitmesi de beklentiler arasında yer almaktadır. Bu tür haberler aracılığıyla her şeyin olumsuz olmadığı, esnafın işlerinin iyiye gidiyor oluşu ile ekonomik canlanmanın kazanıldığı vurgusu ön plana çıkarılmaktadır. Ancak bu tür haberlerin politik nitelikleri daha fazladır. Özellikle Kürtlerin yaşadığı şehirlerde esnafın işlerinin açılması iktidarın başarılarının göstergesi olarak sunulur ve Kürt sorununun çözümüne yönelik olumlu işaretler daha çok bu kanal üzerinden tesis edilir. Örneğin “Toplumsal olayların ardından sık sık kepenk kapatma eylemleriyle gündeme gelen Diyarbakır’da, çözüm süreciyle birlikte esnafın yüzü gülmeye başladı. Şehrin tarihi ve turistik merkezi olan Hasanpaşa Hanı esnafı, son 30 yılın en huzurlu ve bol kazançlı günlerini yaşıyor” (*Zaman*, Diyarbakır esnafı son 30 yılın en kazançlı günlerini yaşıyor, 17 Haziran 2013).

Yeniakit gazetesindeki bir habere göre ise alkol yasakları da esnafın işlerinin iyiye gitmesini sağlamaktadır: “Meclis Genel Kurulu’nun alkolle ve doğacak zararlarla ilgili birçok önleyici kanunu kabul etmesi vatandaşlar ve esnafa rahat bir nefes aldırdı... Türkiye’nin en kalabalık şehri İstanbul’un oluk oluk içki aktığı Beyoğlu İstiklal Caddesi’ne yolu düşen vatandaşlar ve yerli esnaf kararları memnuniyetle karşıladıklarını ifade etti” (İçki yasağı esnafı mutlu etti, 26 Mayıs 2013). Haber şemasında kullanılan söylem, vatandaş ve esnafın içki yasakları ile rahat bir nefes aldığına işaret etmektedir. “Oluk oluk akan içki” metaforu ise Beyoğlu’na yönelik olumsuz anlam inşasını güçlendirmektedir. “Yerli esnaf” tanımlaması da esnaf arasında bir ayrıma gidildiğini ima eder niteliktedir. Bu haberde de iktidarın aldığı bir karar esnaf aracılığıyla meşrulaştırılmaktadır. Aynı zamanda muhafazakâr ideolojinin esnaf tasavvurunun nitelikleri konusunda da içeriklere sahiptir. Buna göre, esnaf (özellikle yerlisi!) içkiden rahatsızdır.

Esnafın işlerinin yolunda gittiğine yönelik söylemsel kurgularda, esnafın işlerinin olumlu gitmesi ile ekonomik gelişme arasında kurulan paralelliği görmek mümkündür. Bu tür haberlerde esnaf ekonominin bel kemiği olarak, işleri iyiye gitmesi gereken değerli bir ekonomik özne olarak kurgulanmaktadır.

Sonuç

Muhafazakâr basında esnafın değerli bir toplumsal aktör olarak sunulduğu ve bu değerın içerikleri analiz boyunca karşımıza çıkmaktadır. Bu içerikler, esnafın mağdurluğu (toplumsal gelişmelerden, eylemlerden, kapitalist organizasyonlardan- sosyalizm ve kapitalizmden vs), onların ekonomik bir kalkınma aracı olarak görülmesi, dayanışmanın, düzenin ve organik bir toplumun aktörü olmaları, otoriteye itaat etmeleri ve toplumsal muhalefete karşı olmaları şeklinde özetlenebilir.

Araştırma kısmında ele alınan gazetelerde esnaf kategorisi hakkında kullanılan temalar, esnafın tarihsel kabullerinden ve toplumsallık içerisindeki özgül konumlardan da beslenmektedir. Esnaf kategorisi toplum içerisinde sınıflar arası bir kategori olarak, kendini gelişen kapitalizm karşısında tehdit altında hisseden ama henüz emeği ile geçinmek zorunda kalmayan, en azından kaybedecek bir şeyleri olan bir toplumsal oluşuma karşılık gelmektedir. Ancak yine de bu ekonomik alt yapı, her esnafın hayata bakışta benzer değerleri paylaşacağı anlamına gelmemektedir. Mağdur, ekonominin bel kemiği, toplumsallığın birleştirici harcı olarak, devlete ve otoriteye saygılı esnaf imgesi, kültürel kodlamalar içerisinde oluşturulan ve genellikle muhafazakâr ideolojinin etkin olduğu bir söylemdir. Esnaf bu anlatımlarda, ekonominin bel kemiği, düzen yanlısı, mağdur ve geleneğin temsilcisi olarak fetişleşmiştir. Özellikle Gezi Parkı sürecinden sonra yayınlanan haberlerde esnaf tipinin muhafazakâr temsilinin daha fazla ön plana çıktığı görülmektedir. Ancak araştırmanın ilk üç ayı kapsayan evresinde de (Mart-Mayıs ayları) benzer kullanımların bulunduğu gözlemlenebilmektedir. Bu nedenle esnaf kurgusu bağlamında muhafazakâr basının

sürekli olarak benzer temaları işlediğinden söz edilebilir. Bu kurgusal esnaf kimliği ise muhafazakârlığın kendi ideolojik formunun somut kategorisini oluşturması bağlamında bir ayna işlevi yüklenmektedir.

Sonuçta günümüz Türkiye muhafazakârlığında, somut sosyo-ekonomik kategori arayışının merkezinde köylülük ya da aristokrasi-den daha çok esnaflık yer almaktadır. Hatta Türkiye toplumunun sosyalleşme biçimlerinde esnaflık hâkim bir pozisyon olarak da sunulmaktadır. Toplum büyük bir esnaf organizasyonu olarak tahayyül etmenin başatlığı da muhafazakâr ideolojinin bir başarısı olarak okunabilir. Bunun yerleşikleşmesinde, muhafazakâr basın ise kurucu bir işlev yüklenmektedir. Öte yandan muhafazakâr basında yer alan belirli biçimlerdeki esnaflık kurgusunu, muhafazakâr ideolojinin kendisine yönelik toplumsal ve ekonomik bir zemin arayışı çabası olarak da görmek mümkündür.

Kaynakça

- 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanununu (2005). <http://www.tesk.org.tr/tr/5362/5362.php>. (Erişim tarihi: 29 Haziran 2013).
- Argın, Şükrü (2003). "Siyasetin 'Taşra'sında Taşranın Siyasetini Tahayyül Etmek". *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce - Muhafazakârlık* 5. Ahmet Çiğdem (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 465-489.
- Balibar, Etienne (2000). *Marx'ın Felsefesi*. Çev., Ömer Laçiner. İstanbul: Birikim.
- Beaud, Michel (2003). *Kapitalizmin Tarihi*. Çev., Fikret Başkaya. Ankara: Dost.
- Bora, Tanıl ve Erdoğan, Necmi (2003). "Muhafazakâr Popülizm". *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce - Muhafazakârlık* 5 Ahmet Çiğdem (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 632-644.
- Bora, Tanıl ve Onaran, Burak (2003). "Nostalji ve Muhafazakârlık". *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce - Muhafazakârlık* 5. Ahmet Çiğdem (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 234-260.
- Bosnalı, Ömer (2004). "Ahiliğin Üretim ve Tüketim Mekanizmasındaki Yeri ve Günümüze Uyarlanması". *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 2(9): 39-46.
- Burr, Viven (2012). *Sosyal İnşacılık*. Çev., Sibel Arkonaç, Ankara: Nobel.
- Can, Kemal (1997). "'Yeşil Sermaye' Laik Sisteme Ne Yaptı?". *Birikim* 99: 59-65.
- Çelik, Nur Betül (2005). *İdeolojinin Soykütüğü - Marx ve İdeoloji*. Ankara: Bilim ve Sanat.
- van Dijk, Teun A. (2003). "Söylem ve İdeoloji Çokalanlı Bir Yaklaşım". *Söylem ve İdeoloji*. Çev., Nurcan Ateş, Barış Çoban ve Zeynep Özarlan (der.) içinde. İstanbul: Su. 13-113.
- van Dijk, Teun A. (2007). "Bir Söylem Olarak Haberin Disiplinler Arası Çözümlemesi". *Medya Metinlerini Çözümlemek*. Çev., Ümit Atabek, Gülseren Şendur Atabek ve Ümit Atabek (der.) içinde. Ankara: Siyasal.164-177.
- Dubiel, Helmut (1998). *Yeni Muhafazakârlık Nedir?* Çev., Erol Özbek. İstanbul: İletişim.

- Durna, Tezcan (2009). *Kemalist Modernleşme ve Seçkincilik*. Ankara: Dipnot.
- Girişimci Esnafa 30 Bin Lirası hibeli kredi. (2012: 7 Ekim). <http://www.hurriyet.com.tr>. (Erişim Tarihi: 15 Aralık 2013).
- Göle, Nilüfer (2002). *Toplumun Merkezine Yolculuk*. İstanbul: Ufuk.
- Harvey, David (2013). *Asi Şehirler*. Çev., Ayşe Deniz Temiz. İstanbul: Metis.
- Hobsbawm, Eric (1998). *Sanayi ve İmparatorluk*. Çev., Abdullah Ersoy. Ankara: Dost.
- Huberman, Leo (2007). *Feodal Toplumdan Yirminci Yüzyıla*. Çev., Murat Belge. İstanbul: İletişim.
- İlgın, Leyla (2003). "Söylem ve İdeoloji". *Söylem ve İdeoloji*. Barış Çoban ve Zeynep Özarslan (der.) içinde. İstanbul: Su. 285-299.
- Köker, Levent (2003). "Liberal Muhafazakârlık ve Türkiye". *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce - Muhafazakârlık 5*. Ahmet Çiğdem (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 274-290.
- Löwith, Karl (1999). *Max Weber ve Karl Marx*. Çev., Nilüfer Yılmaz. Ankara: Doruk.
- Lukacs, György (1998). *Tarih ve Sınıf Bilinci*. Çev., Yılmaz Öner. İstanbul: Belge.
- Mannheim, Karl (1959). *Essays on Sociology and Social Psychology*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Mardin, Şerif (1991). "Türkiye: Bir Ekonomik Kodun Dönüşümü". *Türk Modernleşmesi* içinde. İstanbul: İletişim. 195-298.
- Nispet, Robert (1986). *Conservatism: Dream and Reality*. Bristol: Open University Press,
- O'Gorman, Frank (1986). *British Conservatism; Conservative Thought From Burke to Thatcher*. New York: Longman.
- Ollman, Bertell (2008). *Yabancılaşma*. Çev., Ayşegül Kars. İstanbul: Yordam.
- Öğün, Süleyman Seyfi (2003). "Türk Muhafazakârlığının Kültürel Politik Kökleri". *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce - Muhafazakârlık 5* Ahmet Çiğdem (der.) içinde. 539-582.

- Pıçak, Murat ve Bilen, Abdulkadir (2009). "Artan Süpermarket Rekabeti Karşısında Bakalların Ekonomik ve Hukuki Durumları". *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 1(2): 25- 37.
- Polanyi, Karl (2007). *Büyük Dönüşüm*. Çev., Ayşe Buğra. İstanbul: İletişim.
- Sağlam, Serdar (2004). "Ziya Gökalp'te 'Solidarizm' ve 'Milli İktisat'". *Hacettepe Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü* 1: 67-83.
- Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu - TESK. "Ahilik Kültürü". <http://www.tesk.org.tr/tr/yayin/123.pdf>. (Erişim Tarihi: 28 Temmuz 2013).
- Üşür, Serpil Sancar (1997). *İdeolojinin Serüveni*. Ankara: İmge.
- Vural, Mehmet (2007). *Siyaset Felsefesi Açısından Muhafazakârlık*. Ankara: Elis.
- Yücel, Fatih (2008). "Kent Esnaf ve Zanaatkarlarının Ekonomik Sorunları, Tehditler ve Çözüm Önerileri – 1". <http://www.yerelsiyaset.com/pdf/nisan2008/15.pdf> : 67-73. (Erişim Tarihi: 01 Temmuz 2013).

Araştırma Materyalleri

- 2.5 milyon esnafa verilecek kredi 'cansuyu' olacak (2013, 1 Ağustos). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 04 Eylül 2013).
- 20 gündür iş yapamıyoruz. (2013, 17 Haziran). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 05 Eylül 2013).
- Ali İsmail'in katil zanlısı 4 kişi tutuklandı (2013, 8 Ağustos). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 09 Eylül 2013).
- Ankara'yı esnafımızla birlikte yönlendirelim (2013, 1 Mayıs). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 08 Eylül 2013).
- AVM'ler hem kendilerine hem küçük esnafa zarar veriyor (2013, 9 Ağustos). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 28 Ağustos 2013).
- Başbakan Erdoğan'dan esnaf ziyareti (2013, 1 Mayıs). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 05 Eylül 2013).
- Beyoğlu'da zabıtalara esnaf kapıştı (2013, 16 Mayıs). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 30 Ağustos 2013).
- CHP'li birinci Başkan'dan esnafa çifte standart. (2013, 3 Nisan). <http://www.yeniakit.com.tr>. (Erişim Tarihi: 30 Ağustos 2013).
- Diyarbakır esnafı son 30 yılın en kazançlı günlerini yaşıyor (2013, 17 Haziran). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 30 Ağustos 2013).
- Duran adam'lara esnaf 'Dur' dedi (2013, 19 Haziran). <http://yenisafak.com.tr>. (Erişim Tarihi: 29 Ağustos 2013).
- Erdoğan'dan 1 çocuklu esnafa: Gaza bas, gaza... (2013, 2 Mayıs). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 30 Ağustos 2013).
- Esnaf içerde çapulcular dışarıda (2013, 21 Temmuz). <http://www.yeniakit.com.tr>. (Erişim Tarihi: 25 Ağustos 2013).
- Esnaf, kamulaştırma bedelini düşük buldu (2013, 29 Mayıs). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 01 Eylül 2013).
- Esnaf, refahı ve canlılığı tabana yayıyor (2013, 26 Haziran). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 02 Eylül 2013).
- Esnafa kredi müjdesi. (2013, 30 Nisan). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 30 Ağustos 2013).

Gezi olaylarında esnaf hedef alındı. (2013, 24 Temmuz). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 02 Eylül 2013).

Havaya ateş açan esnaf tutuklandı (2013, 9 Temmuz). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 02 Eylül 2013).

İçki yasağı esnafı mutlu etti (2013, 26 Mayıs). <http://www.yeniakit.com.tr>. (Erişim Tarihi: 05 Eylül 2013).

Kapalıçarşı'ya 'Gezi' darbesi (2013, 18 Haziran). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 03 Eylül 2013).

Önce küçüğü koru işsizlik azalsın (2013, 10 Ağustos). <http://yenisafak.com.tr>. (Erişim Tarihi: 03 Eylül 2013).

Palalı esnaf: Eylemler yüzünden işlerimiz kötüye gitti. (2013, 8 Temmuz). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 02 Eylül 2013).