

BİR EŞYA OLARAK OTOMOBİL: TUNÇ OKAN'IN SARI MERCEDES'İ ÜZERİNE KISA BİR DEĞERLENDİRME

Arş. Gör. Ezgi MEHMETOĞLU¹

ÖZ

Yaşamımızda yer alan eşyalar, temel işlevleri dışında kimlik ve belleğimizde yer edinirler. Bu yer edinme, yaşanan dönemden etkilendiği gibi içinde bulunulan zamansal dilimden aileye kadar geniş bir kültürel repertuarın etkisini taşır. Bu çalışmada, bu etkiler Tunç Okan'ın 1992 yapımı Sarı Mercedes filmindeki otomobil üzerinden, eşyanın bireysel/kolektif anlamı ve kendileme kavramı temelinde incelenmiştir. Otomobilin tarihçesi, anlamları yanı sıra otomobille kurulan bağ, çevre psikolojisinin yere bağlılık ve yer kimliği ile sosyal psikolojinin kimlik ve kolektif bellek kavramları kapsamında ele alınmıştır.

Sarı Mercedes filminde, bir nesnenin benliğin parçası haline gelmesi, temel işlevi dışında kimlik veya statü kazandırma işlevine dönüşümünü gösterilmektedir. Bu dönüşüm sırasında ülkeler arası ve benlik içi sınırlara yaptığımız yolculuğa odaklanılmaktadır. İnsan, toplum ve zaman içinde yer değişim etkilerinin belleğimiz, kimliğimizdeki dönüşümlerin de yer aldığı film, çeşitli sembollerle döneme ışık tutmaktadır. Film, eşyaya ve geçmişten günümüze taşıdıklarımıza/ taşıyabildiklerimize ve taşıyamadıklarımıza/taşımak istemediklerimize ışık tutarken, filmdeki değişim vurgusu araçla yapılan yolculuğun sınır öncesi ve sonrası farklılıklarıyla sergilenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sarı Mercedes, Kendileme, Tunç Okan, Kolektif Bellek

Jel Kodları: J15, Z10

¹Arş. Gör., Mersin Üniversitesi, ezgimehmetoglu@mersin.edu.tr, (ORCID: 0000-0001-9797-0158)

AUTOMOBILE AS AN OBJECT: A BRIEF EVALUATION OF TUNÇ OKAN'S YELLOW MERCEDES

ABSTRACT

The objects in our lives take a place in our identity and memory apart from their basic functions. This place-holding is influenced by the period in which it is lived, as well as the influence of a wide cultural repertoire from the temporal region to the family. In this study, these effects are examined on the basis of the concept of appropriation and individual/collective meanings of objects over the automobile in Tunç Okan's 1992 film *Yellow Mercedes*. In addition to the history and meanings of the automobile, in this study, the concept of appropriation is discussed within the context of environmental psychology's place attachment and place identity and social psychology's identity and collective memory concepts.

In the movie *Yellow Mercedes*, the fact that an object becomes a part of the self-shows its transformation into a function of gaining identity or status apart from its basic function. During this transformation, it focuses on the journey we make to cross-country and intra-self-borders. The film, which includes the effects of people, societies and the changes in time, also the transformations in our memory and identity, sheds light on the period with various symbols. While the film sheds light on things and what we can carry/carry from past to present and what we cannot/do not want to carry, the emphasis of change in the film is exhibited with the differences before and after the border travel with the vehicle.

Keywords: Yellow Mercedes, Appropriation, Tunç Okan, Collective Memory

JEL Codes: J15, Z10

GİRİŞ

Sanayileşen ülkelerin İkinci Dünya Savaşı sonrasında uğradıkları yıkımı kısa sürede toparlayabilmeleri için ortaya çıkan işçi gücü açığını giderme sürecinde göç hareketleri başlamıştır. Türkiye vatandaşları da başta Almanya olmak üzere pek çok Batı Avrupa ülkesine iş gücü açığını kapatmak üzere göç etmiştir. İlk olarak 1955 yılında İtalya ile yapılan ikili antlaşma, Almanya ve Türkiye arasında imzalanan 30 Ekim 1961 tarihli İşgücü Sözleşmesi ile devam etmiş ve kitlesel göç hareketleri başlamıştır. Sonrasında yapılan ikili sözleşmeler Avusturya, Belçika, Hollanda, Fransa, İsveç ve Avustralya ile devam etmiştir (Koçak, 2015; Ünver, 2003). Sonraki dönemlerde ise hem işverenlerin işçileri göndermek istememesi hem de işçilerin para biriktirmek istemesi sonucunda işçilerin geçici olan konumları vatandaşlık alımı ve yeni kuşakların yerleşik düzene geçmesiyle kalıcı olarak değişmiştir (Asutay ve Çarıkçı, 2015). Belirli dönemlerde işçilerin anavatanlarına dönmesine ilişkin devreye giren yasal zorluklar-zorunluluklar olmasına karşın; (Tekin, 2007) işçilerin Almanya'ya alışması, yeni kuşakların burada doğması ve yaşamak istemesiyle birlikte göçmen olarak giden Türk işçilerin çoğu Almanya vatandaşlığı alarak yaşamına Almanya'da devam etmiştir. Bu durum Türkiye sinemasına da *Otobüs* (1972), *Almanya Acı Vatan* (1979), *40 Metrekare Almanya* (1986), *Polizei* (1988) gibi iz bırakan filmlerle yansımıştır. Bir eşyanın çoklu değeri ve Almanya göçü meselesine dair önemli filmlerden biri olan *Sarı Mercedes* filmi, 1992 Tunç Okan yapımı bir yol filmidir. Kendisi de bir göçmen olan Okan, göçmenliğin hem içinde hem de dışında bir yerde durarak göçmenlik meselesine çok boyutlu bir yerden bakmaktadır. Filmlerinde çatışma yaşanan iki kültür arasındaki göçmenlik algısı, hissiyatı ve

yaşamına yer verirken gözlemsel sinema yaptığını söylemektedir. (Ayça, 1985; Akt., Duruel-Erkılıç ve Erkılıç, 2013). Göçmenin yabancı bir ülkeye gidişi, yurt dışındaki yaşantıları ve anavatanına dönüşü filmlerin ana temasıdır. Anavatanın zaman içindeki değişimi; göçmen/yerli veya misafir/ev sahibi olma durumunu da belirlemektedir. Bu durum Türkiye içinde mi yoksa dışında mı yabancı olunabileceği hissini de değiştirmekte ve hem kültür şoku hem de kimlik çatışması yaşanmasına sebep olmaktadır. Tunç Okan tüm bu yapıları göz önünde bulundurarak toplumu analiz ederken; değer, umutsuzluk ve sorgulamaların çatışmasını içeren, komik ve yıkıcı elementlerin bir arada bulunduğu kara mizahı kullanmaktadır (Duruel-Erkılıç ve Erkılıç, 2013).

Günümüzde eşyalar genellikle tek biçimli, standart, kitle üretimin bir sonucu olarak kullanıma sunulur ve kullanan kişiye de tek bir biçime sokması beklenir fakat kullanım biçimi insanlarla etkileşimi sonucunda sosyal evrene girdiğinde değişim gösterir ve farklılaşır. Ev içinde veya ev dışında, kamusal veya öznel olabilecek bu eşyalar kişinin kendi deneyimi ile çeşitli anlamlarla bezenir. Bir tür sosyal ağ düzenleyicisi rolüne sahip olurlar (Bilgin, 1990).

Bu çalışmada eşya ve kolektif bellek, Sarı Mercedes filmi temelinde ele alınmıştır. Bireysel bir eşya olan otomobilin kolektif anlamlar yüklenerek, Sarı Mercedes'e dönüşmesi ile başlayan film; Almanya göçüne ve göçmenlerin yaşamlarına değinmiş, Bayram'ın otomobiliyle kurduğu ilişki ve Türkiye'ye geliş süreci eşyanın anlamı, kendilenmesi ve kolektif bellek bakış açısıyla incelenmiştir.

1. OTOMOBİLİN TARİHİ VE MODERNİZMLE İLİŞKİSİ

Otomobil, insanın sahip olduğu doğal, fiziki gücü aşan bir makine olarak üretilmiştir. Üretildiği zaman öncesine kadar ulaşımda kullanılan beygir gücü şeklinde ölçülen bu makine, giderek artan sayıda insan tarafından pek çok farklı amaç ile kullanılmıştır. Uzam ve zaman üzerindeki hakimiyeti ile modern bir simge olarak "endüstriyel uygarlık modeli" konumuna gelmiştir (Ruppert, 1996: 152).

Modernizmin "insanbiçimselleşmiş" bir öznesi olarak kabul edilen otomobil, çeşitli araçlar vasıtasıyla edindiği temsillerin bir sonucu olarak bir tür ölümsüzlük ve güç simgesi olarak yüceltilmektedir. İnsana ait çeşitli özellikler-fiziksel özellikler, başarı, yaş-ile otomobil insanbiçimselleşen bir tür kahraman olarak kişinin idealleştirilmiş sembolü halinde sunulmaktadır. Bu otomobil-insan zamandan ve mekândan bağımsız bir özgürlük alanı yaratarak otomobilin yaşama verdiği zararları görülmez bir hale büründürür. Böylece otomobil modernizm adı altında şekillendirilmekte ve kontrol edilmektedir (Cengiz, 2009:18). Otomobillere yüklenen sayısız anlam vardır. Bu anlamların bir kısmı benlikle direkt olarak ilişkilidir. Cansız bir mankenin giydirilmesi gibi otomobiller de çeşitli donanımlarla süslenilerek kişiye ait kılınmakta-kendilenmektedir. Otomobilin dış görünüşü sahibinin seçimine ve vereceği mesaja göre değişebilmektedir (Raban, 2000).

Otomobil, demiryolundan farklı olarak; rahat bir ulaşım idealini temsil eden bir modernleşme sembolüdür. Bu süreç temelinde inşa edilen otoyollar, yapılan düzenlemeler, kentlerin 20.yy'da planlanması ve kırsal alanın yeniden biçimlenmesi, özellikle 1950'li yıllardan itibaren kentlerde yer alan semtleri görülmez sınırlarla ayrılmasıyla sonuçlanmıştır ve otomobil temelinde mimari değiştirilmiştir (Honnef, 1972; akt., Ruppert, 1996). Müstakil evler için garajlar, katlı otoparklar, yollara konulan trafik işaretleri düzenlenmeye başlamış, caddelerin serbestliği yerine otomobilin egemenliğine ilişkin dönüşüm başlamıştır. Zaman içinde bisiklet kullananlar, engelliler, çocuklar ve yaşlılar trafik akışında zayıf ilan edilerek otomobil iktidarı oluşmuştur (Polster, 1982; akt., Ruppert, 1996:137).

Otomobilin yaşamımıza girmesiyle birlikte çeşitli fenomenolojik görünümde de ortaya çıkmıştır. Bu görünümde bir kısmı otomobilleşme ile birlikte ortaya çıkan mekânsızlık ve otomobil kullanımına ilişkin öznel deneyimler temelindedir (Freund ve Martin, 1996). Venturi'ye göre (1972) "Otomobilin yer aldığı çevrenin mimarisi, mekânda bir biçim olmak yerine, mekândaki simge haline gelir." (Akt., Freund ve Martin, 1996: 148). Bu durum o mekânda bulunan kişilerin de davranışlarını değişime zorlar. Zaman içinde, kişiler mekanın elverdiği sınırlar içinde davranırlar. Sonuç olarak; otomobille birlikte düzenlenen mekânlar, içinde bulunduğumuz duruma dair hissettiğimiz deneyim duygusunun ortadan kalkmasına sebep olmakta ve bu durum mekânsızlık ile birlikte yabancılaşma duygusuna temel oluşturan yapılardan biri haline gelmektedir (Freund ve Martin, 1996: 151).

Otomobile sahip olma ve otomobille kurulan ilişkide sürücü, toplumsal ve kültürel kalıpları gündelik pratiklerde öğrenir. Sürücü kamusal alanda algıladığı ve algılandığı bir iletişim içindedir. Otomobil kullanımı sürücünün sahip olduğu güçten daha büyük bir gücün serbest bırakılmasını sağlamaktadır. Gösteriş amacıyla hızlı gitme, başka bir aracın taciz edilmesi ve ortaya çıkan hiyerarşi, güç gösterisinin sembolleri olarak günümüzde geçerliğini korumaktadır. Otomobilin biçimi ve estetik gücü, sahibinin toplumdaki konumunu da belirlemektedir. Örneğin; 1970'li yıllardan itibaren daha iyi kazanan uzman işçiler otomobil satın alarak, üst tabakalardaki otomobil sahiplerine yakınlaşmışlardır (Ruppert, 1996:135).

Otomobil kullanımının başta can sıkıntısı veren, kullanımına alışılmasından sonra ise; çevremizi kavrayış biçimimizi etkileyen süreçleri vardır. Bununla birlikte otomobil kullanımının sıklıkla heyecanlı, haz veren, hâkimiyet temelli duygularla tanımlandığı görülmektedir (Freund ve Martin, 1996: 137). Bu durumla birlikte kişi olayları normalde gördüğü şekilde duyumsayamamaktadır (Freund ve Martin, 1996: 150). Modern yaşamda, aracın içinde veya araçla birlikte simgeleşen otomobil-insan ölümden uzak, genç-güzel-çekici biçimlerde ve rahat bir biçimde, tam da reklam imajlarında olduğu hal ile yaşam sürmektedir. Teknoloji sayesinde yeni organları vardır. Yeni gözleri dikiz ayna, yeni elleri direksiyon, yeni ayakları gaz ve fren pedallarıyla somutlaşmıştır. Otomobil-insan için yol bir mekândır ve otomobil-insan sürekli geleceğe hareket eden modern bir varlığa dönüşmektedir (Cengiz, 2009:59).

Otomobil kullanımı ve trafik kültürü evrensel gibi görünse bile “milli” ve “cinsel” özellikler taşıması çeşitli davranış örüntülerinde görülmektedir. Bu durum Almanya’da yaşayan Türk işçilerin Almanya sınırına kadar trafik kurallarına tamamıyla uyması ve Türkiye sınırını geçtikten sonra içlerinden geldiği gibi, kural tanımaz bir halde yola devam etmeleri örneğiyle açıklanabilir (Köse, 2014; Aktunç ve ark., 2000). Otomobilde her türlü durumda doğru manevrayı yapabilme kabiliyeti erkeklik olarak sunulmasına karşın; kadınlık ise, her türlü durumda zayıf, duygusal ve doğru manevra yapabilme kabiliyetine sahip olmayan olarak tanımlanmaktadır. Toplumsal cinsiyet rollerinin işaret ettiği tüm metaforik yaklaşımlar otomobil kullanımında cisimleşmiştir. Kurallara uymamak hem trafikte hem de sürücüde erilliği güçlendiren bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır (Köse, 2014).

2. TÜRKİYE’DE OTOMOBİL VE “SARI MERCEDES”

Motorlu araçların Türkiye’ye ilk defa gelişi ile ilgili kesin bilgiler mevcut değildir. Bununla birlikte II. Abdülhamit döneminde bir otomobilin özel bir izinle geldiğine ilişkin bilgi ortak görüş olarak kabul edilmektedir. (Azcanlı, 1996:31-81; akt., Cengiz, 2009:46). Aktunç ve ark. (2000), otomobilin kendi vatani dışında üretilen, hem bir araç hem de süslenilen bir gösteriş nesnesi olarak var olduğunu belirtmektedir. Bir süs nesnesi olan otomobil hem kişisel hem de topluma dair kimlik objeleriyle birlikte kullanılabilir. Devrim otomobilinin üretilmesiyle birlikte otomobilin “milli” bir nesne olarak görülmesi süreci Anadolu ile devam etmiştir. Üç ayrı dönem olarak incelenen otomobil kullanımı, İlk dönem 1935-1950 yıllarında birer statü sembolü olan Amerikan otomobilleriyle başlar. İkinci dönemde Devrim ve Anadolu’nun üretilmesiyle birlikte otomobilin kullanımı yaygınlaşmış ve otomobil statü sembolünü kaybetmiştir (Aktunç ve ark., 2000). 1970’li yıllarda, Fiat, Tofaş ve Renault’un Avrupa pazarında çok da istenmemesi sonucu olarak bu araçlar Türkiye’de üretilmeye başlamıştır. Bu durum, bu otomobillerin pahalı olmasına karşın satın alınmaya başlandığı bir dönemdir. Otomobilin üçüncü dönemi olan 90’lar, Turgut Özal dönemiyle başlamıştır. Otomobilin daha kolay bir şekilde edinilmeye başlaması, ithalatın kolaylaşması, yabancı otomobillerin Türkiye’ye girmesi ve Türkiye’de otomobil üretiminin artmasıyla otomobil tüm toplum için bir statü nesnesine dönüşmüştür (Aktunç ve ark., 2000). Özpay (2017) ise sinemada ulaşım araçlarına ilişkin simgeleri incelediği çalışmasında, otomobili toplumsal dönüşümün öznesi olarak belirtmiştir. Otomobil aynı zamanda endüstriyel bir dönüşüm simgesi olarak sinemadaki görünürlüğü ile birlikte kendini yeniden üretmiş ve bu görünürlük otomobil pazarını ekonomik olarak güçlendirici bir rolde oynamıştır. 1950 ve 1960’lı yıllarda Türk sinemasında zenginliğin ölçütü olarak kullanılan otomobil, otomobile sahip olabilme temelinde sınıf farklılığını vurgulamıştır (Güneş, 2012). 1960’larda Marshall yardımıyla genişleyen karayolu ağı, yerli otomobillerin üretilmesine rağmen Amerikan otomobillerinin sinemada gösterilmeye devam etmesinde etkindir. Bu dönemde köyden kente göçle birlikte büyük kentlerde artan nüfusun ulaşım ihtiyacını

karşıl原因an, dolmuş taksi/araba olarak kullanılan Amerikan otomobilleri sinemada yerini almıştır. ABD ve Batı'nın ambargosuna karşın desteklenen yerli araçlar ise 1970'lerden sonra sinemada görünür olmuştur. Bu dönemde Amerikan otomobilleri kötü olarak tanımlanan kişilerin kullandığı birer sembol olarak görülmektedir. 1968 yılından sonra Almanya, Hollanda, Fransa gibi çeşitli ülkelere başlayan işçi göçü ile birlikte sinemada Amerikan otomobillerinin yanında farklı otomobil markaları da görünür olmuştur. Bu dönem Türkiye filmlerinde Almanya'ya giden Türk işçiler ve bu işçilerin hayallerini süsleyen otomobiller yansıtılmıştır. Mercedes bu dönemde zenginleri veya göçle giden vatandaşları temsil etmektedir. 1980 sonrası Türkiye sinemasında ise otomobil; özellikle İstanbul'da, bir şehir simgesi olarak apartman önlerinde görülmektedir (Güneş, 2012).

Ekonomik, politik ve toplumsal statüler ile farklı işlevler kazanan otomobilin etkisi, trafikteki ilişki ağına, kadın ve erkek ilişkilerine ve hatta işçi-işveren ilişkisine bile otomobil merkezli kurulan hiyerarşiler temelinde yansımıştır. Bir tür kamusal alan olarak da tarif edilen otomobil merkezli bu ilişki ağı, gündelik dilde de kendini göstermektedir (Aktunç ve ark., 2000). Ülkemizde trafik ile ilgili pek çok konuda toplumsal cinsiyet rollerine dair işaretler bulunmaktadır. Otomobil kullanımında erkeklerin kadınlara kıyasla daha iyi olduğuna ilişkin söylemler dilimizde yer almaktadır. Kısaca; otomobile sahip olmak, sahip olunan otomobilin özellikleri ve otomobili kullanım pratikleri pek çok ayrımı ve inşa edilen rol ya da sembolü barındırmaktadır.

Batıda pek çok ülkede, her aile bir araba sahibi iken diğer pek çok ülke gibi ülkemizde de özlem duyulan bir araçtır ve modernizmin bir parçası olarak görülmektedir. 1970'lerde büyükşehirlerde dahi arabalı aile sayısının oldukça az olduğu bilgisi çalışmalarda yer almaktadır (Bilgin,1990). Sarı Mercedes filmi, otomobil metaforuyla göçmen sinemasına ışık tutar. Filmin çekildiği dönemi göz önüne aldığımızda Mercedes araçlar yüksek ve taşınabilir statüyü temsil etmektedir. (Duruel-Erkılıç ve Erkılıç, 2013). Bu durum günümüzde de devam etmektedir. Araçın modeli, araç üzerinde yapılan dış süslemeler-değişimler-giydirmeler hem kişinin kendi zevkini yansıtırken hem de yaşamsal bir parçasını da temsil etmektedir. Bu parça ile kişi dünya üzerinde bedeniyle birlikte bir alan kaplar ve aracıyla bütünleşir. Araç kendisinin bir temsilidir.

3. KOLEKTİF BELLEK VE EŞYA İLİŞKİSİNDE “SARI MERCEDES”

Eşyalar benliğimizi bütünlediği gibi aynı zamanda bize dünya görüşü hakkında bilgi verir ve bir dünya görüşünü yorumlanabilir hale getirir (Halbwachs, 1950). Nesnelere ile geçmişi ve bize aktarılanları hatırlayarak yeni bakış açıları ediniriz. Bu bakış açısı bize sosyal ayrımlar konusunda ışık tutar (Halbwachs, 1950). Kişisel belleğimizde olabildiği gibi kolektif belleğimizde de yer eden bu öğeler-nesnelere bize bir ailenin, uygarlığın dönemlerini ve kişilerin bu öğeler ile kurduğu ilişki biçimini farklı boyutlarıyla gösterir.

Bellek hem bireysel hem de kolektif olabilir. Kolektif bellek olayın bir grup insan tarafından hatırlanılıp, paylaşılması ve bu olaylara şekil vermesidir (Lewicka, 2008). Bu üretim sadece belleği değil aynı zamanda bir inşa olan kimliği de işaret eder.

Halbwach'a göre (1950) nesnelere ve mekânlarının düzenlenmesi geçmişten günümüze süregelen zorunluluklar, haklar gibi legal anlamlarla işaretlenmiştir. Ekonomik, dini ve legal alanların sınırları belirlidir. Bugün bir ülkeden başka bir ülkeye gittiğimizde legal bir sınırdan ötekine geçerken hissettiğimiz "sınır" duygusu ve ayrılmışlık yerin üzerinde fiziki olarak belirlenmiştir (Akt., Mehmetoğlu, 2017). Bu gösterge sadece fiziki değildir. Sınırla birlikte değişen kural ve normlar, yaşantı biçimleri de sınır duygusunu toplumlar arasında yaratır. Sınırlar, içeride ve dışarıda kavramlarının tanımlanmasını sağlar ve bu sınırlar hem şehre hem de bireye bağlıdır. Genellikle tanımlanan içeride yer alandır (Lynch, 1960).

Benliğimiz kendimizle ilgili durumları, olayları ve 'şeyleri' barındırır. Bu 'şeyler' tanıdık kılınmış, kendilenmiş, benlik imajımıza eklenmiş eşyalardır ve benlik kavramını oluşturmamızdaki temel kaynaklardır. Bir şey veya mekân ile kurduğumuz ilişkide, o şeyi yeniden üreterek aslında kendimizi yeniden üretir ve o şeyi 'kendileriz'. Böylelikle ürettiğimiz 'şey' benliğimizin bir parçası haline gelir. "Kendileme" kavramı Marksist düşünürler tarafından ele alınan "kendileme" kavramına dayandırılmıştır. Yapma (making) ve edimi (acting) olarak açıklanan kendileme, eşya veya mekân ile kurulan ilişkide deneyimlenmediğinde kişi yabancılaşma yaşar (Göregenli, 2010). Kendileme kavramı Marx tarafından Hegel'den ödünç alınan, Carl Graumann, Henri Lefebvre ve Vygotsky gibi bilim insanları tarafından iyi geliştirilmiş Marksist kökenli bir kavramdır. İçselleştirme ile de ifade edilir (Guitart, 2014). Toplumsal ilişkilerin zihinsel işlevlere dönüştürülmesi olarak da tanımlanabileceği söylenir (Vygotsky, 1981, s.165). Bireysel süreç, içinde gömülü olunan sosyal ve kültürel bağlama atıfta bulunulmadan anlaşılabilir. Bu içselleştirme süreci, bir dış faaliyetin bir iç faaliyete basit bir şekilde aktarılması değildir. Bu iç düzlemin sürecin kendisini, yapısını ve işlevini değiştirdiği bir süreçtir (Akt., Guitart, 2014).

4. YÖNTEM

Çalışmada nitel analiz yöntemlerinden biri olan betimsel analiz kullanılmaktadır. Nitel analiz tekniği kullanılması sebebiyle hipotezleri yoktur. Belirlenen temalar vasıtasıyla filmdeki yapılar incelenmiştir.

Betimsel analiz ile oluşturulan kavramsal çerçeve olan eşyanın bireysel/kolektif anlamı ve, bu anlamın inşası, kendileme kavramı Sarı Mercedes filmi ile çözümlenmiştir. Bu yöntem, belirlenen kavramlar çerçevesinde filmde yer alan karakterin ve filmdeki temel öğelerin incelenmesiyle gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın temel amacı eşyanın bireysel ve kolektif anlamı ve inşası kavramsal çerçevesine dayanarak, bu anlamları yerel dinamikleri barındıran Sarı Mercedes filmi ile ortaya çıkartmaktır. Bu sebeple; Sarı Mercedes filmi amaçlı örneklem yöntemi ile yerel dinamikleri oldukça iyi yansıtan ve bağlam açısından oldukça güçlü bir yapıt olduğu için seçilmiştir. Bu çalışma, kapsamı gereği etik kurul onayı gerektirmemektedir.

5. BULGULAR VE TARTIŞMA

Eşyalar; kimliğin istikrarlı yanını taşıyan, geçmişî-ânî ve geleceği olan, mevcut ân olarak mekânı yapılandıran işlevlere sahiptir. Eşyalar dünyayla kurduğumuz bağda birer hafıza mekânıdır. Üstelik sadece otobiyografik değildir eşyalar, toplumun duygusunu ve belleğini de taşır (Bilgin, 2009). Sarı Mercedes filminde Bayram'ın kendine, doğduğu yere hatta yaşadığı yere yabancı olması, değişen koşullarla birlikte yaşam ve mekânları kendileyememesinin bir sonucudur. Mekânı kendileyebilmesi, o mekânda kendine özgü iz ve hatıra yaratabilmesiyle mümkündür. Bu durum irade ile olduğu gibi irade dışı da oluşabilir. Kişi farkında olmadan, günlük rutinleri içerisinde fiziki koşulları dönüştürmeden de mekânı kendinin kılabılır. Filmin baş kahramanı olan Bayram'ın hayali olan Türkiye'ye gitmektir. Bunun en temel sebeplerinden biri bulunduğu yeri ve yaşamını kendileyememesidir. Almanya'ya gitmesi ile birlikte yaşamla temasını sadece para kazanma temelinde kuran Bayram, Türkiye'ye dönüş sürecinde dondurduğunu düşündüğü zamanın sonuçlarıyla karşılaşır. Bu süreç; sevdiği kadının evlenmesi, köyünün eski yerinde bulunmayışı, toplum yapısındaki değişim, hem grup üyeleri tarafından paylaşılan anlamlardan uzak olması hem de her anlamıyla "sınırın diğer tarafında kalması" ile somutlaşmıştır. Bayram'ın anlam ürettiği mekânlar, kişiler, değerler değişmiştir. Bayram, yaşadığı toplumun dışında, memleketine olduğu kadar diğer yerlere de yabancısıdır.

Eşyaların işlevleri zamana ve mekâna, kişi ve gruplara bağlı olarak farklı işlevlerde yer alırlar. Bu işlevler temel olarak; eşyanın temel ya da teknik işlevi, kimlik veya statü yansıtma işlevi, iletişim işlevi, insanı dünyaya açma işlevi, bütünleştirme işlevi, kültürel işlev, kolektif bellek işlevi, psikolojik işlev, ambiyans yaratma ve estetik işlevidir (Bilgin, 1983). Richins (1994) çalışmasında, tüketicilerin sahip olduğu aidiyetleri kamusal ve öznel olarak kategorilendirilmiştir. Kamusal anlam, toplumun üyeleri tarafından atfedilen, nesnenin herkes tarafından paylaşılan anlamını içerir. Bu anlamlar popüler algı ve kültüre bağlı olarak değişim göstermektedir. Kişisel veya öznel anlamlar ise; kişinin eşya ile hikayesini/tarihini barındırır. Sarı Mercedes filminin öznesi olan otomobil, filmin yapıldığı dönemin kültürel ve normatif anlamlarını kendisinde bütünleştirmiş; eşyanın hem teknik hem de statü yansıtma biçimini birleştirerek filmde yer almıştır. Araba hem kamusal hem de kültürel anlamlarıyla birlikte popüler algı ve kültürün sembolü olarak vücut bulmuştur.

Eşya ile insan ilişkisi, günlük pratiklere eşlik etmesinin yanı sıra taşıdığı anlamlarla birlikte iki ayrı yapı yerine bir bütünlüğü işaret etmektedir. Eşyanın insanın yaşamındaki yeri ve anlamı, ayrıksı birer parça, farklı bir doku olarak ayırt edilemez ve pek çok durumda yaşamımıza “kök salmış” durumda bulunurlar. İnsanın dış dünya ile kurduğu iletişimde de hem düzenleyici hem vasıta işlevlerine sahiptir. Durum, eşya ve davranış arasındaki ilişki yaşam tarzında somutlaşır. Kişinin içinde yer aldığı grubun değerleri, bilişsel ve pratik ifadeleri yaşam pratiğinin içinde yer alır (Bilgin, 2009). Bu sebeple kullanılan eşyanın seçimi, kullanım pratikleri kullanan kişinin özellikleri ve yaşam pratikleriyle örtüşmektedir. Bu eşyaya duyulan ilgi öznel ya da kamusal olabilir bununla birlikte eşyanın seçimi çoğunlukla grubun değerlerini ve kimliği işaret edebilmektedir. Eşyanın iki farklı işlev amacıyla kullanıldığı Sarı Mercedes filminde otomobil, mekân ve bellek temelinde kullanılmıştır. Filmlerin esas temasını oluşturan bu iki yapı içinde yer alan otomobil; toplumun kimlik ve statü işlevini taşımakta, içinde bulunan grubun anlam ve sembollerini barındırmakta, birbirini etkileyen ve dönüştüren kamusal ve de öznel değerler taşımaktadır.

Sarı Mercedes, Almanya’dan aldığı otomobiliyle Türkiye’ye gelen Bayram’ın otomobiliyle olan ilişkisini sınırın ötesi ve berisinden bakarak anlatır. Ankara’nın bir köyünde büyümüş olan Bayram yıllar önce işçi olarak Almanya’ya gitmiştir. Orada çalışırken biriktirdiği paralarla aldığı Mercedes’ine Balkız adını verir. Film, Balkızı ile köyüne döndüğünde hayalini kurduğu statüye ve anlamlara sahip olacağını düşünen göçmen bir işçinin köyüne ulaşmaya çalıştığı bir yol filmidir. Sarı öküzden sarı Mercedes’e geçiş, geleneksel yapıdan modern yapıya geç(emey)işin bir göstergesidir. Sarı Mercedes’in adının “Balkız” olması; sahip olunan, el değmemiş ve namusun bir parçası haline getirilen otomobil, toplumsal cinsiyet rollerinin tüm izlerini taşımaktadır. Bir “kız” olarak görülen, bakire Balkız’a dokunulması, çizilmesi, sahibinin namusuna da leke düşürmektedir. Türkiye sınırını geçtikten sonra Balkız’ın hızlı bir şekilde zarar görmesi aslında Bayram’ın gördüğü zararın da somutlaşmış hali olarak düşünülebilir. Filmde ara ara çocukluğuna göndermede bulunan sahnelerde otomobile dokunabilmek için yeterli değere sahip olmayan Bayram, Almanya-Türkiye sınırını Balkız’ı ile geçerek aslında geçmişi ve bugünü arasındaki sınırını ve benliğini değiştirmeye, yıkmaya çalışmaktadır. Sarı Mercedes bir kültürel kod olarak Bayram’ın kendisini temsil etmektedir. Balkız, Bayram’ın kendisine ait kıldığı, kendilediği, Bayram’ın benliğinin değerli olan parçasını ifade etmektedir. Böylece Bayram, arabası sayesinde elde ettiği benliği ile dokunamadıklarına dokunma hakkını elde ettiğini ve ilgi çeken, parlayan, herkesin imrendiği bir benliğe arabası sayesinde ulaştığını düşünmektedir. Balkız’ın Almanya’dan Türkiye’ye olan yolculuğunda, Türkiye sınırını geçmesiyle başlayan kazalar aslında kendi iç çatışmalarının da başladığı yerdir. Film tüm bu çatışma noktalarında yabancı düşmanlığı, kimlik, göç ve aidiyet kavramlarını tekrar tekrar sorgular. Filmin sonunda Bayram hem arabası ve benliğinin bir kısmını hem de köyünü ve sevdiklerini kaybetmiştir.

SONUÇ

Sarı Mercedes, yıllar önce köyünden işçi olarak ayrılarak Almanya'ya giden Bayram'ın, Almanya'da zor şartlarda çalışıp, para biriktirerek aldığı otomobili ve onunla kurduğu ilişkiyi anlatan bir yol filmidir. Sarı Mercedes filminde, bir eşya olan otomobilin hem Bayram'ın hem de toplumun belleğindeki sembollerini Almanya'dan Türkiye'ye uzanan bir yaşam hikayesinde izlemekteyiz. Bir otomobilin kendileme sonucu "Balkız"a dönüşmesi, Balkız ile yolculuk sırasında yaşananlar ve otomobilin statüsü ile kendi değerini arttırdığına inanan Bayram, otomobilinden aldığı güçle değişen benliği ve kökleri arasında kalmıştır. Türkiye'ye özgü sosyokültürel arka planın film boyunca eşlik ettiği Bayram, otomobilin toplumun kolektif belleğindeki değerine ulaşmak için bazı zamanlarda temel ihtiyaçlarından dahi vazgeçmektedir.

Balkız ile hem toplumun hem de kendi gözünde başka birine dönüşeceğine inanan Bayram, film sonunda feda ettiği zaman ve emeğin yıkımını otomobilin somutlaşan hasarıyla görmektedir.

Kimlik, eşya ve kolektif bellek gibi sosyal psikolojinin önemli konularını yerel dinamikler çerçevesinde ve farklı disiplinler ile çalışmak ve harmanlamak alan yazın için oldukça gerekli ve önemlidir.

SINIRLILIKLAR VE ÖNERİLER

Bu çalışma, disiplinler arası bir perspektif ile, eşya kurulan bağı "Sarı Mercedes" filmi üzerinden incelemiştir. Pek çok farklı perspektif ile yeniden ve yeniden inşa edilen anlamlar incelenebilir. Bu çalışmada otomobil yalnızca eşya, kolektif bellek ve kimlik çerçevesiyle incelenerek sınırlandırılmıştır. Yapılacak benzer çalışmalarda, disiplinler arası bir bakışa sahibi olmanın çalışmaları oldukça zenginleştirdiği düşünülmekte ve yeni çalışmacılara tavsiye edilmektedir.

KAYNAKÇA

Aktunç, H., Mesçi, H., Engin, A., Erten, Y. (2000). *Türk'ün Otomobille İmtihanı*. Cogito, 24, 159-176.

Asutay, H., & Çarıkcı, T. (2015). *Göçün Ellinci Yılında Almanya'da Yükselen Değer: Türk-Alman Göçmen Yazını*. Humanitas-Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 3(5), 17-32.

Bilgin, N. (2009). *İnsan-eşya ilişkileri*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.

Bilgin, N. (1990). *Fiziksel Mekândan İnsani ya da İnsanlı Mekâna*. Mimarlık, 90(3), 62-65.

Bilgin, N. (1983). *Çeşitli sosyo-kültürel gruplarda eşya sistemleri ve insan-eşya ilişkileri*. Ege

Üniversitesi Edebiyat Fakültesi yayınları.

Cengiz, S., (2009). *Modernizm, Otomobil Kültürü ve Reklam* (1.Baskı). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Duruel, E, S.; Erkılıç, H. (2013). *The Black Humor World of Migrants Caught between Two*

Cultures: Space, Identity and Belonging in Tunc Okan's Cinema, G. Karanfil ve S. Şavk içinde, *Imaginary Out of Place: Cinema Transnationalism and Turkey*, (s.109-132), New Castle: Cambridge Scholars Publishing.

Esteban-Guitart, M. (2014). *Appropriation*. In T. Teo (Ed.), *Encyclopedia of Critical Psychology*, (p.129-130). NewYork: Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-5583-7_616

Freund, P., & Martin, G. (1996). *Otomobilin Ekolojisi*. Ayrıntı.

Göregenli, M. (2010), *Çevre Psikolojisi: İnsan Mekân İlişkileri*, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Güneş, S. (2012). *Türk toplumu ve otomobil*. Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2012(25), 213-230.

Halbwachs, M.(1950).*Space and the collective memory. The Collective Memory*. Retrieved from <http://web.mit.edu/allanmc/www/halbwachsspace.pdf>

Koçak, S. (2015). *Türkiye'den Yurt Dışına İşçi Göçünün Türk Sinemasına Yansıması: Almanya Örneği Üzerinden Görsel Analiz*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Köse, E. (2014). *Cinsiyet, teknoloji ve kent: otomobilin muğlak heteronormativizmi*. Fe Dergi, 6(1), 31-42.

Lewicka M.(2008). *Place attachment, place identity, and place memory: Restoring the forgotten city past*. Journal of Environmental Psychology, 28(3): 209-231.

Lynch, K. (1960). *The image of the city* (Vol. 11). MIT press.

Mehmetoğlu, E. (2017). *İzmir Kent Belleği*. TC Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Ana Bilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir.

Özpay, O. (2017). *Bir Toplumsal Dönüşüm Unsuru Olarak Ulaşım Araçlarının Türk Sinemasındaki Yansımaları*. Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks, 9(2), 217-236.

Raban, J. (2000). *Otomobil: Benliğin Yansıması*, Cogito, 24, 139-140. (Çev. Ülkü Tamer)

Richins, M. L. (1994). *Valuing things: The public and private meanings of possessions*. Journal of consumer research, 21(3), 504-521.

Ruppert, W. (1996). *Bisiklet, Otomobil, Televizyon Gündelik Eşyaların Kültür Tarihi*, çev. Mustafa Tüzel, Kabalcı, İstanbul.

Tekin, U. (2007). *Avrupa'ya Göç ve Türkiye*. İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, (37), 43-56.

Ünver, C. (2003). *Almanya'ya Türk işgücü göçü: Geçmişten geleceğe sorunlar, imkanlar ve fırsatlar*. In Journal of Social Policy Conferences (45), 177-226.