



Bozok Sosyal Bilimler Dergisi

Yıl/Year: 2026 Cilt/Volume: 4 Sayı/Issue: 1

Sayfa/Page: 88-104

ISSN: 2980-3322

Makale Geliş | Received: 3 Mart 2026

Makale Kabul | Accepted 22 Mayıs 2026

Sokakları Kükretmek: Tofaş Arabalar, Yüksek Sesli Müzik ve Taşrada Erkeklik¹

Roaring Through the Streets: Tofaş Cars, Loud Music, and Masculinity in the Provincial Area

Yunus Emre YÜKSEL* Esra GEDİK**

Özet: Bu çalışma, Türkiye'nin taşra bağlamında genç erkeklerin Tofaş markalı otomobillerle kurdukları ilişki üzerinden erkekliği nasıl inşa ettiklerini ve sahnelediklerini incelemektedir. Yozgat'ta 18–35 yaş aralığındaki 15 erkek katılımcıyla gerçekleştirilen derinlemesine görüşmelere dayanan araştırma, otomobil kültürünün—özellikle modifikasyon pratikleri, agresif sürüş biçimleri ve yüksek sesli müzik dinleme—yerel erkeklik kimliğinin merkezinde yer aldığı ortaya koymaktadır. Düşük maliyetli ve kolay modifiye edilebilir bir araç olan Tofaş, bir ulaşım aracı olmanın yanı sıra erkekliğinin performe edildiği sembolik bir mekâna dönüşmektedir. Katılımcılar, araçlarını güç, gurur ve teknik becerinin ifadesi olarak tanımlamakta otomobil sahipliğine yatırılan duygusal ve sembolik emeği vurgulamaktadır. Özellikle arabesk ve Ankara havası gibi müzik türleri, erkekliğin kamusal alanda işitsel bir ilan ve bir direnç pratiği olarak öne çıkmaktadır. Çalışma, bu bulguları hegemonik erkeklik, sembolik sermaye ve duygulanımsal performans kuramları çerçevesinde tartışmaktadır. Ekonomik güvencesizlik ve mekânsal marjinalleşme koşullarında genç erkeklerin otomobilleri tanınma, duygu ve aidiyet araçlarına dönüştürdükleri ileri sürülmektedir. Tofaş kültürünü merkeze alan bu araştırma, metropol dışı bağlamlarda toplumsal cinsiyet, sınıf ve maddi kültür tartışmalarına katkı sunmaktadır.

Abstract: This study examines how young men in Türkiye's provincial context construct and perform masculinity through their relationships with Tofaş-branded automobiles. Based on in-depth interviews with 15 men aged 18–35 conducted in the city of Yozgat, the research demonstrates that car culture—particularly practices of vehicle modification, aggressive driving, and listening to loud music—occupies a central place in the production of local masculine identities. As a low-cost and easily modifiable vehicle, the Tofaş functions beyond its role as a means of transportation, becoming a symbolic space in which masculinity is actively performed and recognized. Participants describe their cars as expressions of power, pride, and technical competence, emphasizing the emotional and symbolic labor invested in car ownership. Musical genres such as *arabesk* and *Ankara havası* emerge as key auditory practices through which masculinity is publicly announced and negotiated, operating as forms of visibility and resistance in public space. The study situates these findings within theoretical discussions of hegemonic masculinity, symbolic capital, and affective performance. It argues that under conditions of economic precarity and spatial marginalization, young men transform automobiles into vehicles of recognition, emotional expression, and belonging. By focusing on Tofaş culture, this research contributes to debates on gender, class, and material culture beyond metropolitan settings.

Anahtar Kelimeler: Erkeklik, Müzik, Yozgat, Taşra, Tofaş.

Keywords: Masculinity, Music, Yozgat, Provincial, Tofaş.

¹ Yozgat Bozok Üniversitesi Sosyoloji Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans tez çalışmasının bir bölümünün yenilenmiş halidir.

* Yunus Emre Yüksel, Yozgat Bozok Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sosyoloji Ana Bilim Dalı. ☎ 0009-0003-1448-128X | emrey2880@gmail.com

** Prof. Dr. Esra Gedik, Yozgat Bozok Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü. ☎ 0000-0003-3192-2107 | esra.gedik@bozok.edu.tr

Giriş

Otomobil, modern toplumlarda teknik bir ulaşım aracı olmanın ötesinde toplumsal kimliklerin, güç ilişkilerinin ve kültürel anlamların üretildiği merkezi bir teknolojik nesne olarak ele alınmaktadır. Özellikle erkek egemen kültürel bağlamlarda otomobil, bireysel özerklik, kontrol, hız ve risk gibi eril kodlarla ilişkilendirilerek, erkekliğin hem sembolik hem de bedensel bir uzantısına dönüşmektedir (Seiler, 2008, s. 89). Bu nedenle otomobil kültürleri, erkeklik çalışmalarında giderek artan biçimde maddi kültür, mekân ve performans eksenlerinde analiz edilmektedir. Uluslararası literatür, genç erkekler arasında araç modifikasyonu, performatif ve çoğu zaman agresif sürüş pratikleri ile kamusal görünürlük arayışlarının, bireysel zevk veya risk alma eğilimiyle açıklanamayacağını aksine bu pratiklerin sınıfsal konumlanışlar, ekonomik kırılganlıklar ve mekânsal marjinalite koşulları içinde tanınma, statü ve aidiyet üretmenin önemli yollarından biri olarak işlediğini ortaya koymaktadır (Bengry-Howell ve Griffin, 2007; Featherstone, 2004; Lumsden, 2013; Redshaw, 2007). Ancak bu çalışmaların önemli bir bölümü, metropol merkezli bağlamlara odaklanmakta taşrada otomobilin erkeklik inşasındaki özgül rolü görece sınırlı biçimde ele alınmaktadır.

Türkiye’de Koç Holding–Fiat ortak girişimi olarak kurulan TOFAŞ’ın 1971’de seri üretime geçmesiyle birlikte Tofaş markası, özellikle ‘kuş serisi’² etrafında taşra ve işçi sınıfı kökenli genç erkekler arasında modifiye pratikleriyle örülen yerel bir erkeklik performansının simgesel nesnesine dönüşmüştür (Yulu ve Doldur, 2018; Yavuz, 2015). Seri üretim ve ekonomik erişilebilirliğine rağmen Tofaş (özellikle kuş serisi), genç kullanıcılar için teknik kapasitesinin ötesine taşan sembolik/altkültürel bir anlam dünyası üretmekte ve araç sahipliği, estetik düzenlemeler üzerinden kimlik ifadesinin önemli bir aracına dönüşmektedir (Açıklalın ve Çakır, 2024, s. 84). Türkiye bağlamında otomobil kültürü üzerine yapılan çalışmalar, büyük ölçüde kentleşme, tüketim, modernleşme ve sınıf tartışmaları çerçevesinde şekillenmiş erkeklik boyutu ise çoğu zaman ikincil bir analitik eksen olarak kalmıştır. Oysa Türkiye’nin taşra bölgelerinde otomobil, özellikle genç erkekler açısından, hareketlilikten çok daha fazlasını ifade eden bir toplumsal konumlanma aracıdır. Sınırlı istihdam olanakları, dar kamusal alanlar ve kısıtlı görünürlük imkânları içinde otomobil tanınma, aidiyet ve sembolik sermaye üretiminin önemli bir zemini hâline gelmektedir. Bu bağlamda yerli üretim geçmişi, ekonomik erişilebilirliği ve modifikasyona açık yapısıyla Tofaş markası, taşrada yaşayan genç erkekler için erkekliğin kurulduğu ve sınındığı kültürel bir sahne olarak öne çıkmaktadır.

Bu çalışma, Türkiye taşrasında otomobil–erkeklik ilişkisini, Tofaş kültürü etrafında şekillenen gündelik pratikler üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın temel iddiası, Tofaş otomobillerinin genç erkekler için sabit bir nesneden ziyade, erkekliğin performatif olarak üretildiği hareketli bir mekân işlevi gördüğüdür. Modifikasyon, sürüş tarzı, ses kullanımı ve kamusal/dijital görünürlük pratikleri, bu mekânda erkekliğin nasıl tanımlandığını, hangi normlar üzerinden meşrulaştırıldığını ve hangi performanslar aracılığıyla tanındığını ortaya koymaktadır. Bu yönüyle araştırma, erkekliği doğuştan gelen bir özellik olarak değil, gündelik pratikler içinde sürekli olarak “yapılan” bir toplumsal süreç olarak ele alan kuramsal yaklaşımlarla ilişki kurmaktadır. Çalışma aynı zamanda ses ve müziği, otomobil temelli erkeklik performanslarının kurucu unsurlarından biri olarak ele almaktadır. Otomobil içinden yayılan yüksek sesli müzik, sadece bireysel bir zevk ya da eğlence biçimi değildir. Kamusal alanda duyulur olma, mekânsal sahiplenme ve erkekler arası tanınma üretmenin temel araçlarından biridir. Türkiye bağlamında arabesk ve yerel müzik türleri, sınıfsal aidiyet, yerellik ve taşra erkekliğine özgü duygulanımsal kodlarla yüklü olup, bu çalışmada erkekliğin işitsel boyutunu anlamak açısından merkezi bir analitik eksen

² "Kuş serisi", Tofaş bünyesinde üretilen Şahin (1981), Doğan (1982) ve Kartal (1982) modellerine verilen halk kökenli toplu addır. Her üç isim de yarıcı ya da göçer kuşlara gönderme yaptığından bu adlandırma kendiliğinden yerleşmiştir. 1983'te seriye eklenen daha küçük hacimli Serçe modeli, bu sembolik seriyi tamamlamıştır. Teknik altyapı itibarıyla Fiat 131 Mirafiori platformuna dayanan ve toplam üretimi yaklaşık 1,26 milyona ulaşan seri, Türkiye'nin en yüksek tiraja sahip binek otomobili olma özelliğini korumaktadır.

sunmaktadır. Bu yönüyle araştırma, otomobil kültürü literatürü ile ses çalışmaları ve erkeklik çalışmaları arasında bir köprü kurmayı hedeflemektedir. Bununla birlikte, dijital platformların yükselişi, otomobil temelli erkeklik performanslarına yeni bir dolaşım ve yoğunlaşma alanı açmıştır. Instagram, YouTube ve benzeri mecralar, taşrada kurulan erkeklik performanslarının dijital kamusal alanda da sergilenmesine, karşılaştırılmasına ve onaylanmasına imkân tanımaktadır. Bu çalışma, dijital alanları erkekliğin yeniden üretildiği, yönlendirildiği ve pekiştirildiği düzenleyici mekânlar olarak ele almaktadır.

Bu çerçevede araştırma, üç temel katkı sunmayı amaçlamaktadır. İlk olarak, otomobil–erkeklik ilişkisini Türkiye taşrası bağlamında ele alarak literatürdeki metropol merkezli eğilimi sorgulamaktadır. İkinci olarak, ses ve müziği erkeklik performanslarının kurucu bir boyutu olarak merkeze alarak, otomobil kültürlerine ilişkin analizleri duyuşsal bir perspektifle genişletmektedir. Üçüncü olarak ise dijital ve yüz yüze etkileşimlerin iç içe geçtiği bir erkeklik alanını inceleyerek, yerel erkeklik biçimlerinin güncel medya ekolojileri içinde nasıl dolaşıma girdiğini göstermektedir. Bu yönleriyle çalışma, toplumsal cinsiyet, maddi kültür ve duygulanımsal pratikler arasındaki ilişkileri taşra bağlamında yeniden düşünmeye çağırılmaktadır.

Otomobil ve Erkeklik

Otomobil ile erkeklik arasındaki ilişkiyi inceleyen literatür, büyük ölçüde metropol merkezli mekânlara ve kentsel gençlik alt kültürlerine odaklanmıştır. Özellikle Birleşik Krallık, Kuzey Amerika ve Batı Avrupa bağlamında yürütülen çalışmalar, “boy racer”³, “joyrider”⁴ ya da sokak yarışı kültürleri etrafında şekillenen otomobil pratiklerini, genç erkeklerin kamusal görünürlük, risk alma ve statü mücadelesi üzerinden analiz etmektedir (Featherstone, 2004; Lumsden, 2013; Redshaw, 2007) Bu çalışmalar, otomobili hız, agresyon ve teknik hâkimiyet gibi maskülen kodlarla ilişkilendirerek, erkekliğin kamusal alanda bedensel ve maddi olarak nasıl icra edildiğini göstermesi bakımından önemli katkılar sunmaktadır. Ancak bu literatür, büyük ölçüde gelişmiş metropol altyapıları, otomobil merkezli tüketim ekonomileri ve görece yüksek kültürel sermaye bağlamlarında üretilmiştir. Metropol merkezli bu yaklaşım, otomobilin erkeklik inşasındaki rolünü evrenselmiş gibi ele alma riskini de beraberinde getirmektedir. Oysa mekân, erkeklik pratiklerinin hem imkânlarını hem de sınırlarını belirleyen kurucu bir unsurdur. Sheller’in (2004, s. 228) otomobilité kavramı çerçevesinde vurguladığı gibi, otomobil kullanımı yalnızca bireysel bir pratik değildir. Altyapı, ekonomi ve mekânsal düzenlemelerle iç içe geçmiş bir toplumsal deneyimdir. Bu nedenle otomobilin erkeklik üretimindeki anlamı, metropol bağlamlarında olduğu kadar taşrada farklı biçimlerde kurulmaktadır. Ancak mevcut literatürde, taşra bağlamında otomobilin erkeklik açısından nasıl işlev gördüğüne dair çalışmalar oldukça sınırlıdır.

Türkiye literatürü de bu metropol merkezli eğilimi büyük ölçüde yeniden üretmektedir. Otomobil, modernleşme, tüketim ve kentli orta sınıf yaşam tarzları bağlamında ele alınırken, taşrada yaşayan genç erkekler için otomobilin ne tür bir sosyal tanınma, aidiyet ve erkeklik sermayesi ürettiği görece ihmal edilmiştir. Oysa Türkiye taşrasında otomobil, erkekliğin kamusal olarak kurulabildiği başlıca sahnelerden biri hâline gelmektedir. Bu durum, otomobilin taşra bağlamında metropolden farklı bir toplumsal işleve

³“Boy racer” terimi, özellikle Birleşik Krallık’ta genç erkekler arasında yaygın olan, modifiye edilmiş otomobillerle kamusal alanlarda bir araya gelme, performatif sürüş sergileme ve araç üzerinden görünürlük ile statü üretme pratiklerini tanımlamak için kullanılan sosyolojik bir kavramdır. Literatürde boy racer kültürü araç modifikasyonu, hız, agresif sürüş ve kamusal gösteri unsurları üzerinden erkekliğin bedensel ve maddi olarak icra edildiği bir alt kültürel alan olarak ele alınmaktadır. Bu pratikler çoğunlukla işçi sınıfı ya da sosyoekonomik açıdan marjinal konumlarda bulunan genç erkeklerle ilişkilendirilmekte otomobil, bu bağlamda sınıfsal konumlanış, mekânsal dışlanılmışlık ve erkekler arası tanınma mücadelesinin merkezi bir aracı olarak analiz edilmektedir. Bkz. Redshaw, 2007; Lumsden, 2013.

⁴Joyrider kavramı, özellikle Birleşik Krallık ve Avrupa kentlerinde ortaya çıkan, genç erkeklerin otomobilleri yalnızca ulaşım amacıyla değil, hız, risk alma, mekânsal hâkimiyet ve kamusal görünürlük üzerinden bir performans alanı olarak kullandıkları alt kültürel pratikleri tanımlamak için kullanılmaktadır. Bu pratikler; araç modifikasyonu, agresif ve riskli sürüş biçimleri, kamusal alanın (özellikle sokak ve çevre yollarının) geçici olarak sahiplenilmesi ve diğer erkeklerin bakışı üzerinden tanınma arayışıyla karakterize edilir. Joyrider kültürü, literatürde gençlik çalışmaları ve erkeklik çalışmaları bağlamında, sınıfsal konumlanışlar, mekânsal marjinalite ve hegemonik erkekliğe alternatif ya da protesto erkeklik biçimleriyle ilişkilendirilerek ele alınmaktadır. Bkz. Hartig, 2000; Lumsden, 2013; Aktürk, 2016.

sahip olduğunu düşündürmektedir. Bu çalışmanın özgün katkısı, otomobil–erkeklik ilişkisini Türkiye taşrası bağlamında ele alarak, literatürdeki metropol merkezli varsayımları sorgulamasıdır. Tofaş kültürü etrafında şekillenen otomobil pratikleri, metropol gençlik altkültürlerinden farklı olarak, sınırlı ekonomik kaynaklar, yerel teknik bilgi ve güçlü homososyal ağlar üzerinden kurulmaktadır. Bu bağlamda otomobil, tüketimle olduğu kadar emek, zanaatkârlık ve bedensel performansla da ilişkilenen bir erkeklik alanına dönüşmektedir. Böylece çalışma, otomobilin erkeklik üretimindeki rolünün mekânsal olarak farklılaştığını göstererek, erkeklik çalışmalarına yerel, sınıfsal ve mekânsal duyarlılığı yüksek bir perspektif sunmayı amaçlamaktadır.

Ses, Erkeklik ve Otomobil

Otomobil, modern toplumlarda kimlik, güç ve özerklikle ilişkilendirilen, toplumsal cinsiyetli bir kültürel nesne olarak ele alınmaktadır. Özellikle erkek egemen otomobil kültürlerinde araçlar, sürücülerinin bedensel ve duygusal uzantıları hâline gelerek erkekliğin maddi, mekânsal ve sembolik bir ifadesine dönüşür (Seiler, 2008, s. 142). Bu bağlamda otomobil kontrol, hız, teknik beceri ve risk alma gibi maskülen niteliklerin sahnelendiği hareketli bir mekân olarak işlev görür. Erkeklik çalışmaları literatürü, bu tür maddi nesnelere erkekliğin “yapıldığı” (*doing masculinity*) temel sahnelerden biri olduğunu ortaya koymaktadır (Connell, 1995; Messerschmidt, 1993). Otomobil kültürüyle erkeklik arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar, özellikle genç erkekler arasında araç modifikasyonu, agresif sürüş ve kamusal görünürlük pratiklerinin sınıfsal ve mekânsal konumlarla iç içe geçtiğini vurgular (Bengry-HowellveGriffin, 2007; Hartig, 2000; Lumsden, 2013; Balkmar, 2018; Aktürk, 2016; Yunusoğlu, 2021). Türkiye bağlamında bu dinamikler, özellikle Ankara merkezli *joyrider* toplulukları üzerine yapılan etnografik çalışmalarda açık biçimde gözlemlenmektedir. Aktürk’ün (2016, s. 16) Ankara’daki genç erkekler arasında riskli sürüş, araç modifikasyonu ve kamusal görünürlük pratiklerini incelediği çalışması, otomobilin erkekliğin sokakta tanınma, cesaret ve homososyal onay üzerinden kurulduğu bir performans alanına dönüştüğünü ortaya koyarken, Yunusoğlu’nun (2021, s. 35) homososyal etkileşimlere odaklanan analizi, bu pratiklerin Türkiye’de hegemonik erkekliğin yerel varyantlarını yeniden üretmedeki merkezi rolünü vurgulamaktadır.

Ses, bu performatif otomobil erkekliğinin en kritik ama uzun süre ihmal edilmiş bileşenlerinden biridir. Ses çalışmaları literatürü, müzik ve gürültünün toplumsal cinsiyet, iktidar ve mekânsal sahiplenme süreçlerinde belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır (Bull, 2000; Lumsden, 2013). Türkiye bağlamında otomobil, erkekliğin yalnızca görsel ve mekânsal boyutları üzerinden değil, aynı zamanda güçlü bir işitsel rejim aracılığıyla kurulduğu bir kültürel alan olarak ele alınmaktadır. Ankara’daki *joyrider* topluluklarını inceleyen etnografik çalışmalar, araç modifikasyonu ve riskli sürüş pratiklerinin yanı sıra, yüksek sesli müziğin kamusal alanda duyulur olma, meydan okuma ve erkekler arası tanınma üretiminde merkezi bir rol oynadığını göstermektedir (Aktürk, 2016). Bu literatür, otomobil içinden yayılan sesin, kamusal mekânın geçici olarak sahiplenilmesine imkân tanıyan işitsel bir performans alanı yarattığını ortaya koymaktadır. Buna paralel olarak, Türkiye’de erkeklik, müzik ve sınıfsal aidiyet ilişkilerini inceleyen çalışmalar, arabesk ve yerel müzik türlerinin özellikle taşra ve alt sınıf erkeklikleri açısından duygulanımsal ifade ve kolektif kimlik üretimiyle yakından ilişkili olduğunu vurgulamaktadır (Aksoy ve Robins, 1994; Özyürek, 2006). Bu çerçevede ses ve müzik, otomobil kültürü içinde yalnızca estetik bir unsur değildir. Ses, bu çerçevede erkekliğin homososyal tanınma ve duygusal yoğunluk üzerinden kurulduğu temel bir düzenek olarak işlev görmektedir (Bull, 2000; Lumsden, 2013). Yüksek sesli müzik hem fiziksel hem işitsel bir sınır ihlali olarak kamusal mekânın geçici sahiplenilmesine olanak tanır. Böylece otomobil, erkekliğin mekânsal ve duygusal bir uzantısına dönüşür (Seiler, 2008; Bijsterveld, 2008). Müzik, otomobil bağlamında arka plan eğlencesi olmanın ötesinde, duygulanımsal ve sembolik bir ifade biçimidir. DeNora’nın (2000, s. 46) vurguladığı üzere müzik, bireylerin duygularını düzenleyen ve benlik algılarını şekillendiren bir “kendilik teknolojisi” olarak işlev görür. Erkeklik bağlamında ise müzik, bastırılmış duyguların dolaylı yoldan dışsallaştırılmasına imkân tanır. Hegemonik erkeklik ideallerinin duygusal denetim ve mesafeyi yücelttiği

düşünüldüğünde (Connell, 2005, s. 829), otomobil içindeki yüksek sesli müzik, bu normlara karşı çelişkili ama meşru bir duygulanım alanı yaratır.

Türkiye'de arabesk müzik üzerine yapılan çalışmalar, bu türün estetik veya müzikal bir kategori olmanın ötesinde sınıfsal konumlanışlar, yerellik ve erkeklik deneyimleriyle iç içe geçmiş bir duygulanımsal rejim ürettiğini ortaya koymaktadır. Martin Stokes'un (1992, s. 15) tarihli etnografik çalışması, arabesk tartışmasını devlet kültür politikaları, İslam ve kentleşme deneyimi bağlamında ele alarak türün cinsiyet ve duyguların müzikal performans aracılığıyla nasıl kurulduğunu göstermektedir. Arabesk acı, kayıp ve kadercilik temalarını işleyen, kırdan kente göç etmiş işçi sınıfının kentsel varoluş deneyimini seslendiren bir anti-kültür biçimi olarak okunmuştur (Stokes, 1992). Kemalist aydın çevreler tarafından "kente kötü entegre olmuş kırsal göçmenlerin müziği" olarak damgalanan arabesk, devletin önce yasaklayarak ardından dönüştürmeye çalıştığı müzikal-kültürel bir alan olagelmıştır. Türkçe literatürde ise Meral Özbek'in (1997, s. 215) Gramsci ve StuartHall'un hegemonya kuramından beslenen çalışması, arabesk müziğin kadercilik ve teslimiyeti yayan bir kültüre indirgenemeyeceğini vurgular, arabesk müziğe, üretildiği, icra edildiği ve hitap ettiği toplumsal-sınıfsal atmosferden yalıtılmadan bakılması gerektiğini savunur. Özbek, arabeskin 1980'lerde Özal döneminin hegemonik ideolojisiyle eklenerek başlangıçtaki direniş boyutunu yitirdiğini ve böylece popüler bir kimlik formu olarak dönüştüğünü de ortaya koyar (Özbek, 1997, s. 213). Nazife Güngör'ün sosyokültürel yaklaşımı ise arabesk olgunun toplumun geniş kesimlerine neden bu denli sızdığını ve arabeskin yükselişini besleyen dinamikleri bütünsel bir bakışla çözümlemeye girişmiştir (Güngör, 1993). Arabesk, özellikle taşra ve alt sınıf erkeklikleri açısından, gündelik hayatta bastırılan öfke, kırılabilirlik, haksızlık duygusu ve gururun aynı anda ifade edilebildiği sembolik bir dil sunmaktadır (Aksoy ve Robins, 1997: 1944). Bu yönüyle arabesk, hegemonik erkekliğin duygusal denetim ve mesafe ideallerini askıya alan. Ancak bunu erkekliğin tamamen çözülmesi üzerinden değil, aksine sertlik ve meydan okuma ile kuran çelişkili bir ifade alanı yaratmaktadır. Özyürek'in (2006, s. 139) vurguladığı gibi, arabesk ve benzeri yerel müzik türleri, taşra erkekliğinin hem marjinalleştirilmiş hem de dirençli duygulanımlarını kamusal olarak dolaşıma sokan bir kültürel araç işlevi görmektedir. Otomobil kültürü bağlamında arabesk ve yerel müzik türlerinin yüksek sesle dinlenmesi, bu duygulanımsal rejimi kamusal alana taşıyan işitsel bir performans biçimi olarak ele alınmaktadır. Ankara'daki *joyrider* topluluklarını inceleyen çalışmalar, yüksek sesli müziğin, riskli sürüş ve araç modifikasyonlarıyla birlikte, erkekliğin kamusal alanda duyulur ve tanınır kılınmasının temel araçlarından biri olduğunu göstermektedir (Aktürk, 2016). Otomobil içinden yayılan ses, sürücünün mekânla, diğer erkeklerle ve kamusal bakışla kurduğu ilişkiyi de düzenlemektedir. Bu bağlamda ses, fiziksel sınırları aşarak kamusal mekânın geçici olarak sahiplenilmesine imkân tanıyan işitsel bir müdahale olarak işlev görmektedir. Literatür, bu tür pratiklerin erkeklik performanslarını karşılaştırmalı hâle getirdiğini "duyulma"nın, "görünme" kadar önemli bir tanınma ölçütüne dönüştüğünü ortaya koymaktadır. Böylece otomobil, ses ve müzik aracılığıyla, taşra erkekliğinin sınıfsal konumunu, duygusal yoğunluğunu ve homososyal onay arayışını bir araya getiren çok katmanlı bir performans sahnesine dönüşmektedir. Otomobil içinde ve kamusal alanda yüksek sesle dinlenen bu müzikler, erkeklerin duygusal dünyalarını görünür kılarken aynı zamanda sınıfsal ve yerel aidiyetlerini işitsel olarak ilan etmelerine olanak tanır. Bu noktada otomobil, ses ve erkeklik arasındaki ilişki, kolektif ve homososyal bir pratik olarak ele alınmalıdır. Bird'ün tanımladığı biçimiyle homososyallik, erkekler arasındaki cinsel olmayan bağları ve bu bağlar aracılığıyla erkeklik normlarının pekiştirilmesini ifade eder (Bird, 1996, s. 121). Otomobil etrafında kurulan erkek gruplarında müzik tercihi, ses sistemi kapasitesi ve "ne kadar yüksek sesle dinlendiği", erkeklik sermayesinin paylaşıldığı ve müzakere edildiği önemli ölçütler hâline gelir. Flood'un belirttiği gibi, sınırlı ekonomik ve toplumsal hareketlilik koşullarında erkeklik, çoğu zaman diğer erkeklerin onayı ve tanınması üzerinden kurulmaktadır otomobil ve ses bu onayın üretildiği başlıca araçlardan biridir (Flood, 2008, s. 349).

Son olarak, dijital platformların yükselişi otomobil–ses–erkeklik ilişkisine yeni bir boyut eklemiştir. Sosyal medya, otomobil performanslarının ve işitsel gösterilerin dijital kamusal alanlarda da dolaşıma girmesine olanak tanımaktadır. Papacharissi'nin (2015) “duygulanımsal kamular” kavramı, bu bağlamda erkeklik performanslarının beğeni, yorum ve paylaşım üzerinden yeniden üretildiği çevrimiçi alanları anlamak açısından önemlidir. Otomobil videolarında motor sesi, müzik ve sürüş performansının estetikleştirilerek sunulması, erkekliğin dijital olarak da sahnelenen bir kimlik repertuarına dönüştüğünü göstermektedir. Bu literatür, otomobilin ses, beden ve mekân aracılığıyla erkekliğin üretildiği çok katmanlı bir kültürel sahne olduğunu ortaya koymaktadır. Ses, bu sahnede erkekliğin duyulur hâle geldiği, kamusal alana kazındığı ve hem direnç hem aidiyet üretme kapasitesine sahip temel bir performans aracıdır.

Otomobil, Erkeklik ve Sınıf

Uluslararası literatürde, otomobil kültürleri çoğunlukla genç erkeklikler, alt kültürler ve sınıfsal konumlanışlar üzerinden incelenmiştir. Özellikle Birleşik Krallık ve Avustralya bağlamında yürütülen çalışmalar, işçi sınıfı ya da sosyoekonomik olarak marjinal konumlarda bulunan genç erkekler için alternatif erkeklik sermayeleri ürettiğini göstermektedir (Bengry-Howell & Griffin, 2007; Lumsden, 2013). Bu bağlamlarda otomobil modifikasyonu, agresif sürüş ve kamusal görünürlük, sınıfsal sınırlılık koşullarında tanınma, prestij ve aidiyet üretmenin yolları olarak analiz edilmektedir. Sınıf boyutu, otomobil–erkeklik ilişkisinin merkezî bir bileşenidir. Featherstone (2004) ve Sheller (2004), otomobil kullanımının her zaman eşit koşullarda gerçekleşmediğini aksine altyapı, ekonomik kaynaklar ve mekânsal düzenlemelerle yakından ilişkili olduğunu vurgular. Bu çerçevede otomobil, orta sınıf bağlamlarında konfor, güvenlik ve bireysel hareketlilik idealleriyle ilişkilendirilirken işçi sınıfı ve taşra bağlamlarında daha çok görünürlük, ses, hız ve bedensel performans üzerinden anlam kazanmaktadır. Bu fark, otomobil estetiklerinin ve kullanım biçimlerinin sınıfsal olarak ayrıştığını göstermektedir. Erkeklik literatüründe Connell'in (1995) hegemonik erkeklik kavramı ve Messerschmidt'in (1993) “erkekliği yapmak” (*doing masculinity*) yaklaşımı, otomobil pratiklerinin neden erkeklik inşasında bu denli merkezi olduğunu açıklamak açısından önemli kuramsal araçlar sunar. Hegemonik erkeklik ideallerine (istikrarlı iş, gelir, aile kurma) erişimin sınırlı olduğu sınıfsal bağlamlarda erkeklik, bedensel güç, teknik beceri ve risk alma üzerinden inşa edilmekte; otomobil bu alternatif sermaye biçimlerinin yoğunlaştığı maddi sahneye dönüşmektedir (Bird, 1996; Flood, 2008). Seiler (2008) otomobili erkek bedeninin duygusal uzantısı olarak kavramlaştırırken, Bull (2000) ve Lumsden (2010) araç içi ses ve müziğin kamusal mekânın cinsiyetlendirilmesindeki işlevine odaklanır. Yüksek sesli motorlar ve egzozlar, bu çerçevede işçi sınıfı erkekliklerinde geçici mekânsal hâkimiyet ve varlık ilanı üretmenin işitsel araçlarına dönüşmektedir. Türkiye literatüründe otomobil–sınıf ilişkisi çoğunlukla modernleşme, tüketim ve kentli orta sınıf yaşam tarzları bağlamında ele alınmıştır. Ancak otomobilin taşra ve işçi sınıfı erkeklikleri açısından taşıdığı anlamlar, görece sınırlı biçimde incelenmiştir. Bu boşluk, yerli üretim geçmişi ve modifikasyona açık yapısıyla Tofaş markası etrafında şekillenen otomobil kültürlerinde daha da görünür hâle gelmektedir. Yavuz'un (2015, s. 78) Tofaş modifiye gençliği üzerine çalışması, otomobilin Türkiye bağlamında emek, zanaatkarlık ve erkeklik performanslarının iç içe geçtiği sınıfsal bir pratik alanı olduğunu göstermesi bakımından önemli bir istisna oluşturmaktadır.

Sonuç olarak literatür, otomobilin erkeklik ve sınıf ilişkilerinin kesişiminde güçlü bir analitik nesne olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak metropol merkezli ve Batı ağırlıklı çalışmalar, taşra bağlamlarında otomobilin erkeklik üretimindeki özgül rolünü yeterince açıklayamamaktadır. Bu durum, otomobil–erkeklik–sınıf ilişkisini yerel bağlamlar üzerinden, gündelik pratikler ve duygulanımsal boyutlar eşliğinde ele alan çalışmalara olan ihtiyacı artırmaktadır.

Yöntem

Bu çalışma, Türkiye’de otomobil kültürü ve erkeklik ilişkisini taşra bağlamında incelemeyi amaçladığı için araştırma sahası olarak Yozgat ili seçilmiştir. Yozgat hem demografik hem de sosyo-ekonomik özellikleri itibarıyla Türkiye taşrasının tipik örneklerinden biri olarak değerlendirilebilir. Görece düşük sanayileşme düzeyi, sınırlı istihdam olanakları, genç nüfusun yoğunluğu ve merkez-çevre ilişkilerinde periferik bir konumda yer alması, Yozgat’ı erkeklik pratiklerinin gündelik yaşamda daha çıplak ve yoğun biçimde gözlemlenebildiği bir toplumsal bağlam hâline getirmektedir. Yozgat’ın seçimi, otomobil kültürüne ilişkin literatürde sıklıkla incelenen metropol merkezli örneklerin (İstanbul, Ankara, İzmir gibi) ötesine geçme amacıyla da ilişkilidir. Mevcut çalışmalar, otomobil temelli erkeklik performanslarının çoğunlukla büyük şehirlerdeki alt kültürler üzerinden ele alındığını göstermektedir (Lumsden, 2013; Aktürk, 2016). Ancak taşra bağlamında otomobilin erkeklik inşasındaki rolü hem mekânsal kısıtlar hem de sınıfsal olanaklar nedeniyle farklı biçimlerde şekillenmektedir. Yozgat’ta otomobil, özellikle Tofaş markası etrafında, genç erkekler için hareketlilikten çok daha fazlasını ifade etmektedir.

Araştırma sahası olarak Yozgat’ın tercih edilmesinin bir diğer gerekçesi, kentte sanayi sitelerinin, oto tamircilerinin ve modifiye pratiklerinin gündelik yaşamla iç içe geçmiş olmasıdır. Tofaş marka araçların yaygınlığı, yedek parça erişiminin görece kolaylığı ve ustalık bilgisinin kuşaktan kuşağa aktarılması, otomobilin teknik bilgi, emek ve zanaatkârlıkla ilişkilendirilen maskülen bir alan olarak kurulmasına zemin hazırlamaktadır. Bu durum, erkekliğin bedensel, maddi ve teknik pratikler üzerinden nasıl inşa edildiğini analiz edebilmek açısından Yozgat’ı verimli bir saha hâline getirmektedir. Ayrıca Yozgat, genç erkekler açısından sınırlı kamusal eğlence ve kendini ifade alanlarına sahip bir kenttir. Bu sınırlılık, otomobili sokakla, müzikle ve dijital platformlarla birleşen merkezi bir performans mekânına dönüştürmektedir. Bu bağlamda Yozgat, erkekliğin mekân, ses ve beden üzerinden nasıl sahnelendiğini anlamak için analitik olarak güçlü bir örnek sunmaktadır.

Son olarak, araştırmacının saha alanına kültürel ve toplumsal aşinalığı, katılımcılarla güven ilişkisi kurulmasını ve erkeklik pratiklerine dair gündelik, örtük anlamların derinlemesine açığa çıkarılmasını mümkün kılmıştır. Bu durum, nitel araştırmalarda önemli bir avantaj olarak değerlendirilen “bağlamsal içerdenlik” sağlayarak, görüşmelerde çelişkilerin, duygulanımların ve sessiz kalan erkeklik gerilimlerinin de görünür hâle gelmesine katkı sunmuştur. Bu nedenlerle Yozgat, Tofaş kültürü etrafında şekillenen otomobil, ses ve erkeklik ilişkilerini taşra bağlamında çok katmanlı biçimde analiz edebilmek için bilinçli ve kuramsal olarak gerekçelendirilmiş bir araştırma sahası olarak seçilmiştir.

Veri Toplama Süreci

Bu çalışmada veri toplama süreci, Yozgat’ta Tofaş marka araçları aktif biçimde kullanan genç erkeklerle yürütülen nitel saha araştırmasına dayanmaktadır. Araştırma kapsamında 18–35 yaş aralığında, farklı meslek gruplarından (sanayi çırakları, oto elektrikçileri, garsonlar, satış danışmanları vb.) 15 erkek katılımcıyla yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar, amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Tofaş araç sahipliği, modifikasyon pratikleri ve bu kültürle kurulan gündelik ilişki, örnekleme kriterlerinin başlıca belirleyicileri olmuştur. Görüşmeler, katılımcıların kendilerini rahat ifade edebilecekleri mekânlarda (sanayi siteleri, oto tamirhaneleri, araç içi sohbetler, kafe ve açık alanlar) gerçekleştirilmiştir. Böylece erkeklik performanslarının mekânsal ve bedensel bağlamlarıyla birlikte gözlemlenmesi hedeflenmiştir. Görüşme soruları araçla kurulan duygusal ilişki, modifikasyon süreçleri, sürüş tarzları, müzik ve ses kullanımı, diğer erkeklerle kurulan ilişkiler ve sosyal medya pratikleri etrafında yapılandırılmıştır. Bu temalar, literatürde otomobil kültürü, erkeklik ve homososyallik tartışmalarında öne çıkan analitik eksenlerle uyumlu biçimde belirlenmiştir. Görüşmeler sırasında elde edilen veriler, ses kaydı alınarak toplanmış, ardından sözel çözümleri yapılarak tematik analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir.

Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle araştırma, tek bir taşra kenti olan Yozgat'ta yürütülmüş olup, bulguların Türkiye'deki tüm otomobil alt kültürlerine genellenmesi amaçlanmamaktadır. Aksine çalışma, bağlamsal özgüllüğü esas alan nitel bir yaklaşımı benimsemektedir. Tofaş kültürü etrafında şekillenen erkeklik pratiklerini yerel dinamikler içinde anlamayı hedeflemektedir. Bu nedenle bulgular, merkez-taşra farkları, sınıfsal konumlanışlar ve mekânsal olanaklar dikkate alınarak okunmalıdır. Bir diğer sınırlılık, katılımcı profilinin tamamının erkeklerden oluşmasıdır. Bu tercih, araştırmanın odağının doğrudan erkeklik pratikleri olmasıyla ilişkilidir. Ancak otomobil kültürünün kadınlar, aile üyeleri veya mahalle sakinleri tarafından nasıl algılandığı bu çalışmanın kapsamı dışında kalmıştır. Bu durum, gelecekte yapılacak çalışmalar için önemli bir araştırma alanı olarak değerlendirilebilir.

Etik açıdan, tüm katılımcılara araştırmanın amacı, kapsamı ve kullanım biçimi açıkça anlatılmış, görüşmelere katılım gönüllülük esasına dayandırılmıştır. Katılımcıların kimlikleri anonimleştirilmiş, görüşmeciler numaraları kullanılarak gizlilik korunmuştur. Araştırmacının saha alanına kültürel aşinalığı, veri derinliği açısından önemli bir avantaj sağlarken, aynı zamanda reflektif bir dikkat gerektirmiştir. Bu nedenle analiz sürecinde, araştırmacının konumlanışı ve olası önyargıları sürekli olarak gözden geçirilmiş, görüşmeciler anlatıları, bireysel deneyimler olarak ele alınmış ve genelleyici yargılardan kaçınılmıştır. Bu reflektif yaklaşım, erkeklik gibi normatif ve güçlü toplumsal kodlarla yüklü bir alanın etik ve analitik açıdan dikkatle ele alınmasına katkı sunmuştur. Bu çalışmada araştırmacı, araştırma sahasıyla kurduğu ilişki bakımından “tam dışarıdan” bir gözlemci değildir. Araştırmacının Yozgatlı olması ve saha alanına kültürel, mekânsal ve toplumsal olarak aşina bir konumdan gelmesi, veri toplama sürecini doğrudan etkilemiştir. Yerel gündelik pratiklere, taşra erkekliğinin diline, mizahına ve örtük normlarına hâkimiyet, katılımcılarla güven ilişkisi kurulmasını kolaylaştırmıştır. Görüşmelerin resmî, mesafeli ya da normatif anlatılarla sınırlı kalmasının önüne geçmiştir. Bu bağlamda araştırmacının konumu, erkeklik pratiklerinin çelişkili, duygulanımsal ve çoğu zaman söze dökülmesi zor boyutlarını da görünür kılmaya imkân tanımıştır.

Araştırmacının tez öğrencisi olarak konumlanışı, saha sürecinde çift yönlü bir etki yaratmıştır. Bir yandan, katılımcılarla kurulan ilişkide yaş, sınıf ve gündelik deneyimlere dair görece yakınlık, araştırmacının “bizden biri” olarak algılanmasını sağlamıştır. Bu durum özellikle otomobil, müzik ve sokak pratikleri gibi erkekliğin gündelik ve performatif yönlerinin rahatlıkla paylaşılmasına olanak tanımıştır. Öte yandan, araştırmacının akademik bir çalışma yürütüyor olması, görüşmeler sırasında belirli anlatıların “meşrulaştırma” ya da “kendini kanıtlama” amacıyla abartılı biçimde sunulması riskini de beraberinde getirmiştir. Bu nedenle saha sürecinde, araştırmacının danışmanıyla birlikte yürüttüğü akademik süreç, refleksivite açısından önemli bir dengeleyici unsur oluşturmuştur. Saha notları, görüşme dökümleri ve ön analizler, düzenli olarak danışmanla tartışılmıştır. Böylece araştırmacının yerel içerdenliğinin olası kör noktalar üretmesinin önüne geçilmeye çalışılmıştır. Bu akademik diyalog, hem veri yorumlarının kuramsal çerçeveye uyumlu biçimde derinleştirilmesine hem de saha deneyiminin eleştirel bir mesafeye yeniden değerlendirilmesine katkı sunmuştur. Bu çalışma, araştırmacının içerden konumunun sunduğu erişim ve derinlik avantajlarını, akademik refleksivite ve kuramsal denetimle birlikte ele almayı hedeflemiştir. Böylece Yozgat'ta Tofaş kültürü etrafında şekillenen erkeklik pratikleri, ne tamamen “içeriden romantize edilen” ne de “dışarıdan mesafeli biçimde nesneleştirilen” bir bakışla ele alınmıştır. Aksine, gündelik deneyimlerin karmaşıklığını, gerilimlerini ve anlam üretim süreçlerini görünür kılan dengeli bir analiz ortaya konmuştur.

Bulgular

Tofaş ve Sınıf: Taşrada Otomobil, Emek ve Erkeklik Sermayesi

Tofaş kültürü, Türkiye’de otomobilin sınıfsal anlamlarını görünür kılan en çarpıcı örneklerden birini oluşturmaktadır. Yerli üretim geçmişi, görece düşük maliyeti ve teknik olarak “erişilebilir” yapısı sayesinde Tofaş, özellikle taşra ve işçi sınıfı kökenli genç erkekler için otomobile sahip olmanın mümkün olduğu bir eşik işlevi görmüştür. Bu bağlamda Tofaş, orta sınıf otomobil sahipliğinin temsil ettiği “konfor”, “statü” ve “estetik sadelik” ideallerinden ziyade emek, zanaatkârlık ve bedensel müdahale üzerinden kurulan farklı bir sınıfsal otomobil kültürünün taşıyıcısı hâline gelmiştir. Otomobil burada hazır bir tüketim nesnesi olmaktan çok, üzerinde çalışılan, dönüştürülen ve kişisel emeğin izlerini taşıyan bir maddi pratik ve erkeklik sermaye alanı olarak konumlanmaktadır.

“Tofaş insanlar biraz daha düşük gelirli insanlar. Biraz düşük zaten hani biliyorsun düşük gelirli. O yüzden ben kendimi de bu sınıfa dâhil edebilirim. Düşük gelirli insanlar için gayet uygun bir araç olduğunu düşünüyorum.” (Görüşmeci 1, Yaş: 26)

“Düşük gelirli kişileri ifade ediyor bence iyi bir geliri olan kişi gider daha yüksek model bir araç alır. Mesela BMW alır neden Tofaş’a binsin. Daha alt düzey işlerde çalışan kişileri ifade ediyor bu araç bence. Arabesk kültüründe olduğu gibi dert çeken kişileri yansıtıyor bence. Dert çekmiş, tırnaklarıyla kazıya kazıya bu aracı almış kişileri yansıtıyor.” (Görüşmeci 6, Yaş: 29)

Connell (1995) ve Messerschmidt (1993)’ın çerçevesinde değerlendirildiğinde, bu bulgular hegemonik erkeklik kaynaklarına (istikrarlı gelir, eğitim, kurumsal statü) erişimin sınırlı olduğu koşullarda bedensel emeğin ve teknik becerinin ikame bir erkeklik sermayesine dönüştüğünü açıkça ortaya koymaktadır. Tofaş kültürü, bu dönüşümün araç üzerinden maddileştiği ve kamusal görünürlük kazandığı özgün bir alandır.

“Modifiye yapan, böyle takım elbise giymeyen tipler olarak söyleyebilirim. Yani kendini ön plana çıkarmayı seven erkek imajı var Tofaş sürenlerde. Kadınlara karşı göz önünde olmayı seviyorlar.” (Görüşmeci 7, Yaş: 32)

“Bu aracı kullananlar sert, sinirli yani masaya yumruğunu vuran erkek özelliklerini yansıtıyorlar. Bunuda araca modifiye yaparak, aracı kullanma şekilleriyle yansıtıyorlar.” (Görüşmeci 10, Yaş: 23).

“Sert duruyorum. Daha havalı olduğunu düşünüyorum bence ciddi ve sert durmak. Arabayı da yüksek sesle müzik dinleyerek kullanmak güzel hissettiriyor bize. Müzik dinlemeyi sevenler ses sistemi takıp geziyorlar. Bu özellikler imaj olarak ön plana çıkıyor. O arabayı aldıysan o imaja uymak zorunda kalırsın zaten.” (Görüşmeci 13, Yaş: 19)

Görüşmeci 13’ün ifadesi — “o imaja uymak zorunda kalırsın” — yalnızca bireysel bir tercih anlatısı değil, erkekliğin normatif baskı boyutunu da açığa çıkarmaktadır. Connell ve Messerschmidt’in (2005, s. 832) vurguladığı gibi, hegemonik erkeklik yalnızca ideal bir pratikler dizisi değil, diğer erkeklerin bu normlara uyumunu denetleyen ve sapkınlığı marjinalleştiren bir düzenleyici güçtür. Tofaş kültüründe bu denetim mekanizması, araç estetiği üzerinden somutlaşmaktadır: Modifiyesiz ya da sessiz bir Tofaş, yalnızca teknik bir tercih değil, erkeklik performansından sapma olarak kodlanmaktadır. Bu nedenle araç sahibi olmak, aynı zamanda belirli bir maskülen özneye dönüşmek zorunda kalmak anlamına gelmektedir. Söz konusu zorunluluk, sınıf kırılmasının erkeklik normları aracılığıyla nasıl yönetildiğini ve dışsallaştırıldığını göstermektedir: ekonomik olarak sınırlı olan genç erkek, en azından sembolik alanda “tam erkek” olma baskısını içselleştirmektedir.

Yüksek sesli egzozlar, belirgin modifikasyonlar ve dikkat çekici sürüş pratikleri, bu sınıfsal estetiğin bilinçli unsurlarıdır. Bu sınıfsal boyut, Tofaş kültürünün çoğu zaman dışarıdan “zevksizlik”, “taşkınlık” ya da “tehlikelilik” gibi etiketlerle damgalanmasını da açıklar. Orta sınıf otomobil kültürlerinin normatif estetik anlayışı ve sürüş ahlakı, Tofaş etrafında örülen pratikleri sıklıkla sapkın ya da problemlilik olarak kodlamaktadır. Ancak bu tür okumalar, Tofaş kültürünü üreten sınıfsal koşulları ve bu kültürün sunduğu tanınma imkânlarını görünmez kılma riskini taşır.

“Serseri olarak gözükyörlük tabii. Hızlı araba kullanmaları drift yapmaları gibi şeyler yüzünden.” (Görüşmeci 11, Yaş: 23)

“Yani trafik canavarı diyebiliriz. Toplumda hızlı araba kullanır yüksek sesle müzik dinlersen toplumda seni canavar olarak görür tabi. Hem de başka insanları riske atıyorlar çoğu zaman. Bu algıya katılıyorum.” (Görüşmeci 8, Yaş: 28)

“Bazen de trafiği birbirine katan tipler olarak algılanıyorlar. Bu algıya çok fazla katılmıyorum özgür bir ülkedeyiz müziği yüksek sesle dinlemek ya da bazen hız yapmak doğal bir şey bence.” (Görüşmeci 8, Yaş: 26)

Tofaş etrafında şekillenen sınıfsal kültürde, otomobil sahibi olmak tek başına yeterli değil. Esas olan, araca ne kadar emek verildiği, nasıl dönüştürüldüğü ve bu dönüşümün kamusal alanda nasıl sergilendiğidir. Bu yönüyle Tofaş, Pierre Bourdieu'nun kültürel ve sembolik sermaye kavramlarıyla okunabilecek özgül bir sınıf estetiği üretir. Ancak bu estetik, üst sınıf tüketim kültürlerinde olduğu gibi “gizli zarafet” ya da “sade beğeni” üzerinden değil aksine görünürlük, abartı ve fark edilme üzerinden işler. Sonuç olarak Tofaş, sınıf meselesinin otomobil üzerinden somutlaştığı, bedenle, emekle ve kamusal performansla iç içe geçtiği özgül bir kültürel form üretmektedir. Bu kültürde otomobil, sınıfsal eksikliklerin telafi edildiği bir “ikame” değil aksine sınıfsal deneyimin erkeklik diliyle yeniden kurulduğu aktif bir toplumsal alandır.

Motor, Müzik ve Maskülenlik: Tofaş Kültüründe Erkekliğin Duyulur Kılınışı

Modern yaşam ile kültüre eklemlenen otomobiller, özne olarak bireylerin yaşamında özel bir yer alarak bireyin ayrılmaz birer parçasına dönüşmüştür (Açıkalın ve Çakır, 2024, s. 82). Tofaş'ın Türkiye'de uzun yıllar boyunca yerli üretim hattı içinde konumlanması, otomobilin yerli ürünü destekleme ve ulusal sanayi gururu gibi duygulanımsal/simgesel çerçeveler içinde değerlendirilmesine elverişli bir zemin oluşturmuştur (Yılmaz ve Karakadılar, 2010, s. 501). Bu sebeplerden dolayı diğerlerine göre daha ön plana çıkabilmektedir. Tofaş arabaların modifiye edilmesi, teknik bilgi, emek ve zanaatkarlığı öne çıkarırken bu süreç aynı zamanda maskülen kimlik inşasını desteklemektedir (Bengry-Howell ve Griffin, 2007; Lumsden, 2013; Yavuz, 2015). Bireyler araçlarıyla hem ‘tarz’larını ifade etmekte hem de modifikasyon ve sürüş pratikleri üzerinden erkekliklerini kurmaktadır (Açıkalın ve Çakır, 2024; Yavuz, 2015).

“Kesinlikle eril enerjimin araç kullanırken arttığını düşünüyorum. Arabada ara gaz vermek ve yanlayarak kullanmak erkeksi hissettiriyor. Aracı yere bastırarak erkeklığe daha uygun bir görünüş sağlıyor. Aracın sert ve kara direksiyon olması tam erkeğe uygun bir özellik bence. Bir kadın bu aracı kullanırken zorlanır ama biz çok rahat bir şekilde zevk alarak sürebiliyoruz.” (Görüşmeci 3, Yaş:24)

Burada Tofaş araç kullanan kişilerin agresif olması, drift atmaları ve sert mizaçta olmaları inşa edilen bir maskülen kimlik olarak görülebilmektedir. Buna durum ile ilgili diğer bir görüşmeci yorumu şöyledir:

“O arabanın içine binince düzgün kullanma şansınız yok. Arabanın size verdiği bir gaz var, bu sizi agresif yapıyor. Havaya giriyorsunuz yani.” (Görüşmeci 10, Yaş:23)

Tofaş kültürü içerisinde aracın agresif kullanımı, teknik olarak modifiye edilmesi ve yüksek sesle müzik dinlenmesi, bu kültürün temel performatif unsurları olarak değerlendirilmektedir. Bu pratikler, araç sahiplerinin hem bireysel erkekliklerini ifade etme hem de grup aidiyeti kurma biçimleriyle doğrudan ilişkilidir. Müzik, alt kültürel bağlamlarda sadece duygu üretmekle kalmayıp, aynı zamanda kolektif kimlik oluşturmada önemli bir araç olarak işlev görür. Otomobil alt kültürü bağlamında da müzik, erkeklik performanslarının sahnelenmesine olanak tanıyan işitsel bir mecra sunar (Lumsden, 2013, s. 12). Tofaş otomobillerini kullanan genç erkekler arasında müzik dinlemek bireysel bir eğlence aracı olmaktan çok daha fazlası olarak işlev görmektedir. Özellikle yüksek sesle müzik dinleme pratiği, kamusal alanda bir “duyulma” ve “var olma” biçimine dönüşmektedir. Lumsden'in (2013, ss. 12-13) vurguladığı gibi, araç modifikasyonu yapılan erkek alt kültürlerinde müzik, ses düzeyiyle birlikte bir tür kimlik göstergesine evrilir.

“Özellikle kadınlara karşı dikkat çekmeyi seviyorlar. Araba kullanırken olsun, dışarıda olsun ön plana çıkmaya çalışıyorlar. Bunu da yüksek sesle müzik dinleyerek ve arabayı farklı kullanarak güçlendiriyorlar.” (Görüşmeci 13, Yaş 24)

“Havalı hissettiren bir araba, bu yüzden arkadaşlarla araba kaydırmayı seviyoruz. Bazı zamanlar bunu yapıyorum. Ankara havası müzik dinlemeyi seviyorum, genelde Ankara havası ve arabesk müzik dinliyorum yüksek seste. Bu bana iyi hissettiriyor. Ses sistemim de iyidir.” (Görüşmeci 3, Yaş: 24)

Yüksek sesle dinlenen parçalar sürücünün tarzını, duygularını ve hatta sosyal pozisyonunu dışa vurur. Bu bağlamda Tofaş kullanıcılarının müziği yüksek sesle dinlemeleri, kolektif bir erkeklik performansının parçası olarak değerlendirilebilir.⁵ Arabada dinlenen parçalar, sürücünün topluluğa kendini tanıtmaya ve tanınma arzusunun ses üzerinden kurduğu, cinsiyetlenmiş bir özneleşme pratiğine dönüşür (Waite et al., 2015). Modifiye otomobil kültürlerinde bu tür sesli gösteriler, akran onayı ve kamusal takdir üretmeye dönük performans repertuarlarının parçasıdır (Lumsden, 2013).

“Genelde müzik dinleyerek dolaşmayı seviyorum. Özellikle akşamları daha çok seviyorum, karanlık aracın ışığıyla gezmek daha çok keyif veriyor. Üniversite tarafında ve çamlıkta gezerim, arkadaşlarımla beraberim çoğunlukla. Diğerleri gibi drift vs. gibi şeyler yapmam. Arabama neden zarar vereyim ama yüksek sesle müzik dinlemeyi seviyorum, orası ayrı tabii.” (Görüşmeci 6, Yaş: 29)

“Arabaya bakınca zaten kim olduğun anlaşılıyor. Tofaşın dışı, sesi, duruşu... Bunlar senin gibi. Mesela sessiz, düzgün araba kullanan adama burada ‘bu kim?’ derler. Ama arabayı biraz bastın mı, sesi açtın mı, herkes biliyor: ‘Bu çocuk serttir, bu işin içindedir.’ Sokakta tanınmak böyle oluyor.” (Görüşmeci 4, Yaş:27)

Tofaş araçları içinde yankılanan bu müzikler de benzer şekilde, alt sınıf genç erkeklerin “sokağa ses bırakma” biçimiyle erkekliklerini görünür ve duyulur kılmalarına aracılık etmektedir. Tofaş kültürü bağlamında arabesk ve Ankara havası gibi türlerin yüksek sesle dinlenmesi, yerellik, sınıfsal aidiyet ve “delikanlı” erkekliğine özgü duygulanımların kamusal alanda işitsel olarak sergilenmesi anlamına gelmektedir. Bu müzikler aracılığıyla sürücüler hem duygusal yoğunluklarını hem de meydan okuma ve görünür olma arzusunun sokak mekânına yayarak, erkekliklerini akranlarına ve çevreye duyulur kılmaktadır. Böylece müzik, otomobilin maddi varlığıyla birleşerek, Tofaş kullanıcılarının erkekliklerini işitsel bir performans olarak kurmalarına imkân tanımaktadır (Bull, 2000). Müzikal tercihler—örneğin arabesk ya da yerel türler—alt sınıf duygusallığını, yerellik bilincini ve “biz” hissini güçlendirirken, modifiye edilmiş araçlarla birlikte kamusal performanslarda aynı zamanda sınır teşkil eden bir kod halini alır. Yani müzik hem bireyin erkeklik kimliğini kamusal sergileme işlevi görür hem de grup aidiyetini pekiştiren bir pratik olarak önem kazanır. Görüşmelerde de açıkça gözlemlendiği üzere, Ankara havası ve arabesk müzik, bu kültürel alanda en çok tercih edilen türler arasında yer almaktadır. Örneğin bir katılımcı bu durumu şu sözlerle ifade etmiştir:

“Ankara havası dinlemeyi seviyorum genelde. Ankara havası ve arabesk müzik dinliyorum yüksek seste. Bu bana iyi hissettiriyor. Ses sistemim de iyidir.” (Görüşmeci 3, Yaş:24)

“Abi Tofaş dediğin araba değil ki sadece, tarz yani. Müzik de işin içinde. Mesela arabeski basınca son ses, herkes bi dönüp bakıyor. O bakışlar var ya, insanı bi havaya sokuyor. ‘Ben buradayım’ diyorsun yani. Bazen sırf arkadaşlarla turluyoruz, yüksek sesle müzik açıp geziyoruz. O an var ya, kral sensin.” (Görüşmeci 2, Yaş:25)

Bu tür müzikler, yerellik ve sınıfsal aidiyet ile ilişkilendirilmiş olup, taşra erkekliğiyle özdeşleşen duygusal yoğunluk, sertlik ve meydan okuma temalarını içinde barındırır (Özyürek, 2006). Arabesk müziğin melodik yapısı ve tematik içeriği, duyguların bastırıldığı hegemonik erkeklik bağlamında hem bastırılan duyguların ifade edilmesine hem de duygular üzerinden bir tür "erkekçe ortaklık" kurulmasına olanak tanır (Aksoy ve Robins, 1994). Öte yandan, araç içindeki müzik tercihlerinin yüksek sesle sokakta duyurulması, bir varlık gösterisi ve kamusal alanda maskülenlik performansı olarak da okunabilir. Seiler’in (2008) belirttiği gibi otomobil, sürücüsünün kimliğini taşıyan bir mekândır, ses sistemi, egzoz, modifiye görünüm gibi bileşenler bu kimliğin dışa vurum araçlarıdır. Tofaş kullanıcılarının oluşturduğu bu kültürde müzik, araçla bütünleşen bir ifade biçimine dönüşmektedir. Ses düzeyi, parça seçimi ve dinlenme biçimiyle

⁵ Örneğin, modifiye araba yarışmalarının bir alt bölümü “cam çatlatma” bölümü vardır. Arabaya eklenmiş hoparlör ile açılan müzikle arabanın camlarını çatlatma yarışmasıdır bu (Gündelik Hayat Sosyolojisi, 2024 Temmuz).

bir meydan okuma dili kurulmaktadır. Dolayısıyla, Tofaş kültüründe müzik sadece bir eğlence unsuru olmaktan öte aynı zamanda sosyal dayanışma ve erkeklik ifadesi olarak işlev görmektedir.

Dijital Sokaklar: Tofaş Kültüründe Sosyal Medya, Rekabet ve Erkeklik

Tofaş kültürü içerisinde belirli davranış, estetik ve performans repertuarlarının “doğru” ve “makbul” erkeklik biçimleri olarak kodlandığı, bu repertuarların araç modifikasyonu, sürüş tarzı ve görünürlük pratikleri üzerinden topluluk içinde normatif hâle geldiği görülmektedir (Connell, 1995; Messerschmidt, 1993; Yavuz, 2015; Açıkalın ve Çakır, 2024). Bu performanslar, bireyler açısından topluluğa dâhil olabilmeyen ön koşulları olarak deneyimlenmektedir. Modifikasyon düzeyi, araç kullanma tarzı, motor sesi, müzik tercihleri ve dijital paylaşım pratikleri, Tofaş alt kültürü içinde erkekliğin tanınma ve meşruiyetini belirleyen ölçütler hâline gelmektedir çünkü modifikasyon ve araç temelli pratikler homososyal bir alanda statü ve hiyerarşi üretirken, ses ve müzik “duyulur” kimlik performansını kurmakta, sosyal medya ise bu performansları akran onayı ve görünürlük üzerinden dolaşıma sokmaktadır (Connell, 1995; Bengry-Howell ve Griffin, 2007; Lumsden, 2013; Bull, 2000; Waitt et al., 2015).

“Şöyle örnek verebilirim iki arkadaş alıyorlar. Daha sonra arabayı modifiye etmeye başlıyorlar. Bir toplumda diğerine övgü gelirse tabii ki o onunla bir yarış. Gösteriş haline düşmeye başlıyor ve bu rekabete dönüşüyor.” (Görüşmeci 15, Yaş: 22)

Bu bağlamda Tofaş kültürü, bireyleri belirli erkeklik normlarına uyum göstermeye teşvik eden, hatta kimi durumlarda buna zorlayan normatif bir çerçeve üretmektedir. Bu normların üretildiği ve dolaşıma sokulduğu başlıca alanlardan biri, yüz yüze etkileşimlerin yanı sıra sosyal medya platformlarıdır. Instagram, Facebook grupları ve video paylaşım mecraları, Tofaş kullanıcılarının araçlarını sergiledikleri, teknik bilgi paylaştıkları, birbirlerini takdir ettikleri ya da eleştirdikleri dijital “buluşma noktaları” olarak işlev görmektedir. Bu dijital alanlar, bir yandan rekabeti körüklerken diğer yandan dayanışmayı mümkün kılan çift yönlü bir dinamik üretmektedir. Araçların modifikasyon süreçleri, yapılan masraflar, estetik detaylar ve performans videoları üzerinden erkeklik, karşılaştırmalı biçimde ölçülür ve değerlendirilir.⁶ Böylece erkeklik, dijital kamusal alanda da sürekli olarak yeniden sınanan ve onaylanan bir performansa dönüşür. Bir görüşmecinin ifadeleri, bu dijital-topluluk boyutunu açık biçimde ortaya koymaktadır:

“Oldukça çeşitli canlı topluluklar var. Tofaş araçlarına duyulan ilgi etrafında bir araya gelip bilgi paylaşımı, deneyim alışverişi ve sosyalleşme yapıyorlar. Sayfalar, fuarlar var. Birbirlerine gaz verip daha agresif bir araç kullanımı konusunda birbirlerini destekliyorlar.” (Görüşmeci 5, Yaş: 22)

“Kesinlikle var. Ses sistemi üzerinden ve arabanın boyası, kasası üzerinden rekabet oluyor. Yarış yapıyorlar. Mesela geçen kişi daha özgüvenli oluyor. Arabanın modifiyesi üzerinden de rekabet var. Daha şık duran ve orijinal bir Tofaşı olan kişi diğerleri üstünde üstün hissediyor. Boyasız hatasız vs. gibi konuşmalar çok oluyor.” (Görüşmeci 2, Yaş 25)

Bu ifade, Tofaş kültüründe “destek” kavramının yalnızca teknik yardımla sınırlı olmadığını aynı zamanda risk alma, hızlanma ve agresif sürüş gibi pratiklerin de kolektif olarak teşvik edildiğini göstermektedir. Sosyal medyada üretilen bu karşılıklı “gaz verme” hâli, erkekliğin cesaret, göze alma ve meydan okuma üzerinden kurulmasına katkı sunmaktadır. Bu yönüyle dijital platformlar, erkekliğin yalnızca sergilendiği değil, aynı zamanda akran onayı ve görünürlük ekonomisi içinde yönlendirildiği ve yoğunlaştırıldığı alanlara dönüşmektedir (Papacharissi, 2015; Ringrose, 2022). Tofaş etrafında örülen bu dijital ve yüz yüze ağlar ise, erkekliğin homososyal bir bağlamda kurulmasını ve “makbul erkeklik” ölçütlerinin erkekler arası etkileşimle pekişmesini güçlendirmektedir (Bird, 1996; Connell ve Messerschmidt, 2005; Lumsden, 2013).

⁶ Instagram profil sayfası, @atmosferik.tc (Tofaş marka araçlara yönelik modifikasyon, performans ve otomobil kültürü içerikleri paylaşan hesap), (Erişim tarihi: 30 Ocak 2026), <https://www.instagram.com/atmosferik.tc/>
Instagram profil sayfası, * @01.zm.816* (Modifiye Tofaş araçlar, sürüş pratikleri ve otomobil estetiğine ilişkin paylaşımlar), (Erişim tarihi: 30 Ocak 2026), <https://www.instagram.com/01.zm.816/>

Dijital platformların bu boyutunu daha analitik bir çerçevede ele almak gerekirse, Ringrose'un (2022) dijital homososyallik kavramı burada belirleyici bir işlev üstlenmektedir. Tofaş videolarında motor sesinin, drift performansının ve ses sisteminin ön plana çıkarılması, erkeklik normlarını yalnızca sabitlemekle kalmaz; bunları sürekli karşılaştırılabilir ve ölçülebilir kılar. Görüntünün aldığı beğeni sayısı, yorum yoğunluğu ve paylaşım hızı, erkeklik sermayesinin dijital bir metriğe dönüştüğünü göstermektedir. Ancak bu süreç salt rekabetçi değildir. Görüşmeci ifadelerinde görüldüğü üzere, dijital platformlar aynı zamanda bir "kolektif gaz" ortamı üretir: biri modifiyesini paylaştığında diğerleri teknik bilgi aktarır, onaylar ve cesaret verir. Bu çift yönlü dinamik —rekabet ve dayanışmanın eş zamanlılığı— dijital alanları taşra erkekliğinin özgül bir yeniden üretim mekanizması olarak konumlandırmaktadır. Papacharissi'nin (2015) duygulanımsal kamular kavramı bu noktada kritik bir açıklayıcı güç sunar: Tofaş içerikleri etrafında toplanan online topluluklar, duyguların (gurur, heyecan, rekabet, aidiyet) dijital ortamda dolaşıma girdiği ve erkeklik normlarını pekiştirdiği duygulanımsal kamusal alanlar olarak okunabilir. Bu çerçevede sosyal medya, taşra erkekliğinin yalnızca yansıtıldığı değil, aktif olarak üretildiği ve dönüştürüldüğü bir alan hâline gelmektedir.

Tofaş Kültüründe Homososyal Tanınma ve Erkeklik Performansları

Erkekler arası tanınma, saygınlık ve aidiyet, büyük ölçüde diğer erkeklerin bakışı ve onayı üzerinden şekillenmektedir. Modifiye edilmiş araçlar, yüksek ses sistemleri ve agresif sürüş videoları, bu homososyal alan içinde erkeklik sermayesinin biriktirildiği sembolik araçlar hâline gelir. Connell'in (1995) hegemonik erkeklik kavramı ve Messerschmidt'in (1993) "erkekliği yapmak" yaklaşımı çerçevesinde bakıldığında, Tofaş kültürünün özellikle "delikanlı" ya da "mahalle" erkekliği olarak adlandırılabilir, sertlik, cesaret, meydan okuma ve sokakta tanınma üzerinden kurulan bir erkeklik formunu yeniden ürettiği görülmektedir.

"Tofaş kullanan adam zaten biraz sert olacak. Herkesin bineceği araba değil bu. Sokakta kullanıyorsan kendini göstermen lazım. Yanlayacaksın, sesini açacaksın, millet dönüp bakacak. Bakmıyorsa bir anlamı yok zaten. Mahallede de bilineceksin, 'bu çocuk Tofaşçı' diyecekler." (Görüşmeci 7, Yaş:26)

"Modifiyeye ilgi duyan, bağımsız kendi gücüne sahip erkeklerin tercih ettiğini düşünüyorum. Her erkek araba sahibi olabilir ama bir Tofaş sahibi olamaz." (Görüşmeci 5, Yaş: 22)

Otomobilin bu süreçte oynadığı rol, yalnızca işlevsel değildir. Seiler'in (2008) ve Lumsden'in (2013) de vurguladığı gibi otomobil, erkek kimliğinin maddi ve mekânsal bir uzantısı olarak çalışır. Tofaş araçları, yerel düzeyde saygınlık, görünürlük ve aidiyet üretir. Aracın dış görünüşü, motor sesi, modifiye biçimi ve sürüş tarzı, sürücünün "ne tür bir erkek" olduğuna dair güçlü sembolik mesajlar taşır. Bu nedenle otomobil, erkekliğin gündelik hayatta icra edildiği başlıca sahnelerden biri hâline gelir.

"Benim için araba sadece araba değil. Sokağa çıktığımda arabam benim yerime konuşuyor. Motor sesiyle, modifiyesiyle... Millet bakıyorsa, selam veriyorsa tamamdır. Bakmıyorsa yok gibisin." (Görüşmeci 9, Yaş:23)

Araçla kurulan bu ilişki, teknik sahipliğin ötesinde, derin bir duygusal ve sembolik bağ içerir. Erkek sürücüler, kontrol ettikleri araç aracılığıyla güç, özgüven ve meydan okuma gibi maskülen nitelikleri hem kendilerine hem de çevrelerine kanıtlarlar. Butler'in (2008) toplumsal cinsiyetin performatif niteliğine ilişkin yaklaşımı ve Hearn'ün (2004) erkekliğin maddi ve bedensel boyutlarına yaptığı vurgu, bu tür pratiklerin erkekliğin bedensel, teknik ve maddi araçlar üzerinden kurulduğunu göstermektedir.

"Tofaş aracıyla yanımdan biri geçerken onlara ait hissediyorum kendimi. Bizden biri olarak görüyorum. Kendini farklı bir gruba ait hissediyorsunuz. Biz Tofaşçılarız, diğerlerinden farklıyız gibi düşünüyoruz genelde." (Görüşmeci 10, Yaş: 23)

Bu çerçevede Tofaş kültürü, bireysel bir araç tutkusundan ibaret değildir. Aksine, taşrada yaşayan genç erkeklerin sosyal olarak tanınma, bir gruba ait olma ve maskülenliklerini görünür kılma çabalarının somutlaştığı kolektif bir pratikler bütünüdür. Nitekim bir görüşmecinin ifadesiyle

“Bu iş tek başına yapılmaz zaten. Tofaş işi arkadaş işi. Sanayide, sokakta, sosyal medyada hep erkek erkeğe dönüyor bu muhabbet. Biri parça bulur, biri usta söyler, biri ayar verir. Yani birbirimizi gaza getiriyoruz ama aynı zamanda kolluyoruz da. Bu işin tadı biraz da birlikte olunca çıkıyor.” (Görüşmeci 6, Yaş:25)

“Tofaş sahibi arabasını her şeyden öne koyar. Yani mesela benim bir arkadaşım vardı, ben değil ama mesela kız arkadaşından bile daha önde tutuyordu. Kendisi anlatır mesela bunu. Sürekli temizler arabasını, bilirim ben şahidim yani. Sürekli yüksek sesle temizlik dinlemeyi de sever. Evet ara gazı da vermeyi çok seviyor.

Öyle söyleyeyim, birazcık bu yapıda oluyoruz biz açıkçası. İsteristemezaçıkçası uymak zorunda hissediyorum, yani nasıl diyeyim şimdi çevremde çok fazla Tofaş sahibi arkadaşım var. Haliyle argo tabirler de kullanıyoruz, o da oluyor, bu da oluyor ve buna illaki uymak zorunda hissediyorum.” (Görüşmeci1, Yaş: 26)

Bu bağlamda Tofaş kültürü, erkekliğin homososyal bir alanda kurulduğu ve pekiştirildiği bir toplumsal mekân üretmektedir. Erkekler arası tanınma, rekabet ve dayanışma pratikleri, otomobil etrafında örülen ilişkilerle güçlenmektedir.

Sonuç

Bu çalışma, Türkiye'nin taşra bağlamında genç erkeklerin Tofaş markalı otomobiller etrafında geliştirdikleri pratikler üzerinden erkekliğin nasıl kurulduğunu, sahnelendiğini ve dolaşıma sokulduğunu ortaya koymuştur. Bulgular, Tofaş kültürünün yalnızca bir otomobil merakı ya da alt kültürel estetikten ibaret olmadığını; aksine sınıfsal konumlanma, mekânsal marjinalite ve erkeklik ideallerinin keşişiminde şekillenen çok katmanlı bir toplumsal alan oluşturduğunu göstermektedir. Bu alan, otomobili teknik bir nesnenin ötesine taşıyarak, erkekliğin bedensel, duygulanımsal ve sembolik olarak icra edildiği merkezi bir sahneye dönüştürmektedir. Araştırma, erkekliği sabit ve doğallaştırılmış bir kimlikten ziyade, Connell'in (1995) hegemonik erkeklik ve Messerschmidt'in (1993) “erkekliği yapmak” yaklaşımlarının işaret ettiği biçimde, gündelik pratikler ve performanslar aracılığıyla sürekli yeniden üretilen bir süreç olarak ele almıştır. Tofaş kültürü bağlamında bu süreç; araç modifikasyonu, agresif sürüş, yüksek sesli müzik ve kamusal/dijital görünürlük pratikleri üzerinden somutlaşmaktadır. Modifiye edilmiş araçlar, yalnızca estetik ya da teknik tercihler değil; sürücünün “ne tür bir erkek” olduğuna dair güçlü sembolik mesajlar taşıyan araçlar hâline gelmektedir. Motor sesi, egzoz, ses sistemi ve sürüş tarzı, erkekliğin duyulur ve görünür kılındığı performatif repertuarın ayrılmaz parçalarıdır.

Çalışmanın önemli bulgularından biri, sesin—özellikle yüksek sesli müziğin—erkeklik inşasında merkezi bir rol üstlenmesidir. Arabesk ve Ankara havası gibi müzik türleri, taşra ve işçi sınıfı erkekliğine özgü duygusal yoğunluğu, kırılabilirlik ile meydan okuma arasındaki gerilimi aynı anda ifade edebilme imkânı sunmaktadır. Otomobil içinden yayılan yüksek volümlü müzik, kamusal mekânda bir “varlık ilanı”na dönüşerek, erkekliğin mekânsal ve işitsel olarak sahiplenilmesini mümkün kılmaktadır. Bu yönüyle ses, yalnızca duygulanımsal bir ifade değil; erkekliğin kamusal alanda meşruiyet kazandığı bir güç ve hâkimiyet aracıdır. Araştırma aynı zamanda Tofaş kültürünün güçlü biçimde homososyal bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Erkekler arası tanınma, saygınlık ve aidiyet, büyük ölçüde diğer erkeklerin bakışı ve onayı üzerinden şekillenmektedir. Araç etrafında kurulan ilişkiler; rekabet, karşılaştırma ve dayanışmayı aynı anda içeren bir erkeklik ekonomisi üretmektedir. “Gaz verme” olarak adlandırılan pratikler, yalnızca bireysel cesareti değil, kolektif olarak teşvik edilen risk alma ve meydan okuma kültürünü beslemektedir. Bu durum, erkekliğin bireysel bir özellikten çok, erkekler arası ilişkiler içinde onaylanan ve sürdürülen bir toplumsal düzenleme olduğunu bir kez daha göstermektedir.

Dijital platformlar, bu homososyal erkeklik alanını yalnızca görünür kılmakla kalmamakta, aynı zamanda yoğunlaştırmakta ve yönlendirmektedir. Instagram, YouTube ve benzeri mecralar, Tofaş kullanıcılarının araçlarını, ses sistemlerini ve sürüş performanslarını sergiledikleri dijital sokaklara dönüşmektedir. Beğeni, yorum ve paylaşım pratikleri aracılığıyla erkeklik, dijital kamusal alanda da sürekli olarak ölçülen, karşılaştırılan ve onaylanan bir performans hâline gelmektedir. Bu bağlamda dijital alanlar,

erkekliğin sadece sergilendiği değil, aynı zamanda normlarının üretildiği ve pekiştirildiği düzenleyici mekânlar olarak işlev görmektedir.

Sonuç olarak bu çalışma, Tofaş kültürünü cinsiyetlendirilmiş bir alt kültürel oluşum olarak ele alarak, otomobil, ses, beden ve dijital medya arasındaki ilişkilerin erkeklik inşasında nasıl iç içe geçtiğini göstermektedir. Bulgular, ekonomik güvencesizlik ve mekânsal marjinalleşme koşullarında genç erkeklerin otomobilleri; tanınma, aidiyet ve sembolik sermaye üretiminin temel araçlarına dönüştürdüklerini ortaya koymaktadır. Bu yönüyle çalışma, erkeklik çalışmaları, otomobil kültürleri ve ses çalışmaları literatürüne taşra bağlamından özgün bir katkı sunmakta; erkekliğin yerel, bedensel ve dijital düzlemlerde eşzamanlı olarak nasıl kurulduğunu görünür kılmaktadır.

Kuramsal açıdan değerlendirildiğinde, bu bulgular üç temel argümanı güçlendirmektedir. Birincisi, erkeklik çalışmalarında taşranın, salt metropoliten erkeklik modellerinin “geride kalmış” bir kopyası olarak değil, kendi özgül sınıfsal, mekânsal ve duygulanımsal dinamikleri olan bağımsız bir analitik alan olarak ele alınması gerektiğidir. İkincisi, otomobil kültürü analizlerinin görsellik ve bedensel performansla sınırlı kalmayıp ses ve müziği erkekliğin kurucu bir boyutu olarak merkeze alması zorunluluğudur; bu çalışma, duysal bir perspektifin analitik değerini somut biçimde kanıtlamaktadır. Üçüncüsü, dijital platformların taşra erkekliğinin yeniden üretimindeki rolünün artık göz ardı edilemeyeceğidir: çevrimiçi alanlar, yerel pratikleri hem küresel erkeklik standartlarıyla karşılaştırılabilir kılmakta hem de onlara özgül bir yerel kimlik yüklemektedir. Bu üç argümanın kesişiminde Tofaş kültürü, yalnızca bir araç tutkusunun değil, sınıfsal kırılmanın, erkeklik krizinin ve aidiyet arayışının otomobil, ses ve dijital medya üzerinden nasıl yönetildiğinin çarpıcı bir örneği olarak durmaktadır. Gelecek araştırmalar için bu çalışmanın açık bıraktığı en önemli kapı, kadınların, ailelerin ve mahalle sakinlerinin bu kültürü nasıl deneyimlediği ve anlamlandırdığıdır; böyle bir perspektif, taşra erkekliğini ilişkisel bir dinamik olarak daha bütünsel biçimde kavramlaştırmayı mümkün kılacaktır.

Kaynakça

- Açıkalin, M., & Çakır, M. (2024). Kültürel göstergeler ışığında Tofaş araç sahibi gençler üzerine nitel bir araştırma. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 12 (32), 82–105.
- Aksoy, A., & Robins, K. (1997). Istanbul between civilization and discontent. *New Perspectives on Türkiye*, 10, 57–74.
- Aktürk, S. E. (2016). *Becoming a man on the streets: An ethnographic study of joyrider communities of Ankara* [Doktora tezi, Middle East Technical University].
- Balkmar, D. (2018). Violent mobilities: Men, masculinities and road conflicts in Sweden. *Mobilities*, 13 (4), 1–16.
- Bengry-Howell, A., & Griffin, C. (2007). Self-made motormen: The material construction of working-class masculine identities through car modification. *Journal of Youth Studies*, 10 (4), 439–458.
- Bijsterveld, K. (2008). *Mechanical sound: Technology, culture, and public problems of noise in the twentieth century*. MIT Press.
- Bird, S. R. (1996). Welcome to the men's club: Homosociality and the maintenance of hegemonic masculinity. *Gender & Society*, 10 (2), 120–132.
- Bull, M. (2000). *Sounding out the city: Personal stereos and the management of everyday life*. Berg.
- Butler, J. (2008). *Cinsiyet belası: Feminizm ve kimliğin altüst edilmesi* (Çev. B. Ertür). Metis Yayınları. (Orijinal eser 1990'da yayımlanmıştır.)
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. University of California Press.
- Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. *Gender & Society*, 19 (6), 829–859.
- DeNora, T. (2000). *Music in everyday life*. Cambridge University Press.
- Featherstone, M. (2004). Automobilities: An introduction. *Theory, Culture & Society*, 21 (4–5), 1–24.
- Flood, M. (2008). Men, sex, and homosociality: How bonds between men shape their sexual relations with women. *Men and Masculinities*, 10 (3), 339–359.
- Güngör, N. (1993). *Arabesk: Sosyokültürel açıdan arabesk müzik* (2. baskı). Bilgi Yayınevi.
- Hartig, K. (2000). Claiming the freeway: Young male drivers in pursuit of independence, space and masculinity. *British Journal of Sociology*, 51 (3), 469–488.
- Hearn, J. (2004). From hegemonic masculinity to the hegemony of men. *Feminist Theory*, 5 (1), 49–72.
- Lumsden, K. (2013). *Boy racer culture: Youth, masculinity and deviance*. Routledge.
- Messerschmidt, J. W. (1993). *Masculinities and crime: Critique and reconceptualization of theory*. Rowman & Littlefield.
- Özbek, M. (1991). *Popüler kültür ve Orhan Gencebay arabeski*. İletişim Yayınları.
- Özbek, M. (1997). Arabesk culture: A case of modernization and popular identity. İçinde S. Bozdoğan & R. Kasaba (Ed.), *Rethinking modernity and national identity in Turkey* (ss. 211–232). University of Washington Press.
- Özyürek, E. (2006). *Nostalgia for the modern: State secularism and everyday politics in Türkiye*. Duke University Press.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Redshaw, S. (2007). Performing the car: The social and cultural significance of driving performance. *Journal of Sociology*, 43 (3), 261–277.
- Ringrose, J., Regehr, K., & Whitehead, S. (2022). 'Wanna trade?': Cisheteronormative homosocial masculinity and the normalization of abuse in youth digital sexual image exchange. *Journal of Gender Studies*, 31 (2), 243–261.
- Seiler, C. (2008). *Republic of drivers: A cultural history of automobility in America*. University of Chicago Press.
- Sheller, M. (2004). Automotive emotions: Feeling the car. *Theory, Culture & Society*, 21 (4–5), 221–242.
- Stokes, M. (1992). *The arabesk debate: Music and musicians in modern Turkey*. Clarendon Press.
- Stokes, M. (2010). *The republic of love: Cultural intimacy in Turkish popular music*. University of Chicago Press.

- Waite, G. (2022). Driving retirement: Melancholic geographies of car immobility in an Australian suburban regional centre. *Gender, Place & Culture*, 29 (8), 1077–1096.
- Yavuz, Ş. (2015). Erkekliğin tutkulu hali – Tofaş modifiye gençliği. *Mediterranean Journal of Humanities*, 5 (4), 70–104.
- Yılmaz, N., & Karakadılar, İ. (2010). Türk otomobil pazarında yerli üretim ve ithal araçların verimliliklerinin veri zarflama analizi ile değerlendirilmesi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28 (1).
- Yulu, A., & Doldur, H. (2018). Türkiye'de otomotiv sanayisinin mekânsal dağılışı. *International Journal of Geography and Geography Education*, (38), 218–233.
- Yunusoğlu, E. (2021). *Man to man: Understanding hegemonic masculinity in Türkiye through homosocial interactions* [Yüksek lisans tezi, Middle East Technical University].