

Bir Moda Programında Sınıfsal Boyut: Bugün Ne Giysem

Gökçe Baydar¹

Öz

Türkiye'nin yeniden gündeme gelen televizyon formatlarından biri de moda programlarıdır. Günümüzde bunlar arasında en popüler olan, Show Tv'de yayınlanan Bugün Ne Giysem'dir. Gündüz kuşağında önemli bir yer kaplayan ve moda programlarını bir format olarak yeniden gündeme getiren bu televizyon programında format aracılığıyla bir anlatı kurulur. Modanın da sınıfsal karakteri nedeniyle, kurulan bu anlatının sınıfsal bir boyutu vardır. Bu çalışma, programda kurulan anlatının sınıfsal boyutunu ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır. Bu amaç doğrultusunda eleştirel söylem analizi aracılığıyla programın ikinci sezonunun çeyrek finalden sonrası incelenmiştir. Ayrıca Türkiye'de format gelişim sürecine kısaca değinilerek Bugün Ne Giysem'in kendine özgü formatı aktarılmış, analizi mümkün kılan moda ve sınıf kavramları tartışılmış, üç alt kategoriden oluşan analiz ise çalışmanın sonunda yer almıştır.

Anahtar Kelimeler: Bugün Ne Giysem, Moda Programı, Tür/Format, Sınıf, Moda.

Class Dimension In A Fashion Program: Bugün Ne Giysem

Abstract

One of reinvented television formats in Turkey is fashion programmes. Today Bugün Ne Giysem, aired on Show Tv, is the most popular among them. Being an important part of the day-time and re-popularizing the fashion programmes as a format, this tv program establishes a narrative through the format. With fashion's own class character, this narrative has a class dimension. In this respect, airings after the quarter finals of the second season were studied through critical discourse analysis. Also, unique format of Bugün Ne Giysem was explained with regard to the progress of Turkey's television formats, the concepts of class and fashion were discussed and analysis consisting of three parts was revealed at the end of the study.

Keywords: Bugün Ne Giysem, Fashion Program, Genre/Format, Class, Fashion.

¹ Arş. Gör. Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi.

Giriş

Türkiye, geçtiğimiz yıllarda yerli olarak ürettiği program formatlarında deneyim kazanmıştır. Gelin - kaynana programlarının yanısıra izdivaç programlarıyla da yerli formatlarda deneyimini artıran Türkiye televizyonlarındaki yerli üretimin yeni bir örneğini ise moda programları oluşturmaktadır (Tekelioğlu, 2012). Bana Her Şey Yakışır isimli Kanal D programının formatının yurtdışında 25 ülkeye satılması (Radikal Gazetesi, 2012), Show Tv programı Bugün Ne Giysem'in ise benzer şekilde gündüz programı olarak yüksek reytingleriyle gündemi uzun süre meşgul etmiş olması ve meşgul etmeye devam etmesi, bir tür olarak moda programlarını daha popüler hale getirmiştir. Bu türün/formatın bir örneği olan ve kendine özgü formatsal özelliklere sahip Bugün Ne Giysem programı yüksek reytingleri ve popülerliği ile önem kazanmış, buna benzer diğer yaşam tarzı/realite programlarının da yaygınlaşmaya başlaması araştırmaya konu olmasında temel nedeni oluşturmuştur.

Bugün Ne Giysem, gündüz üç saati bulan yayını ve gece tekrarlarıyla yayın akışının önemli bir kısmını kaplamakta ve popülerliği ile bir tür/format olarak moda programlarını yeniden gündeme getirmektedir. Ayrıca moda için uygun giysilerin veya giyim tarzlarının bir dizi ideolojik anlamın taşıyıcısı olması (Crane, 2003: 42) modayı konu alan bir televizyon formatının ideolojik boyutunu ortaya çıkarma amacı doğrultusunda temel çıkış noktalarından biri olmuştur.

Bu amaç doğrultusunda eleştirel söylem analizi aracılığıyla nitel bir araştırma yapılmış, programın yayında olduğu Eylül 2012- Aralık 2012 tarihleri arasındaki ikinci sezonun çeyrek final sonrası kısmı incelenmiştir. Bunun yanı sıra, programın nasıl bir anlatı kurduğuna örnek olması açısından ilk sezonun popüler olan yarışmacılarının katıldığı programlar da incelenen gruba dahil edilmiştir. Bu açıdan programın hangi formatsal özelliklerle nasıl bir anlatı kurduğunu ve bu anlatının söylem boyutunu ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

Geleneksel anlatı olan roman, masal ve filmlerde çoğunlukla giriş-çatışma-sonuç gibi bir klasik anlatı söz konusudur (Çelenk, 2005: 69). Buna karşılık televizyon anlatısı daha belirsizdir; öykü, öykünün anlatıcıları ve alıcıları tarafından öğrenilmiş, yazılı olmayan bir kurallar bütününe göre belirlenmektedir. Yine de televizyondaki realite anlatılarında diğer metinlere benzer şekilde doğrudan veya dolaylı bir biçimde öyküyü anlatan bir anlatıcı ve dinlediği varsayılan bir anlatılan (izleyici) vardır. Bu özellikleri nedeniyle kurgusal metinler kadar realite türünü de bir anlatı olarak kabul etmek mümkündür (Jaquez, 2004).

Bir moda programı olarak adlandırılan söz konusu program, aşağıda açıklanacağı gibi türsel açıdan geniş bir yelpazeye sahip realite türü ile beraber anlanabilir. Bu tür programlarda var olan söylemi açığa çıkarmak için yalnızca söz üzerinden oluşan anlatıyı ele almak yetmez. Hem yarışmacı ve jüri üyelerinin karşılıklı öykülemelerinin, hem de biçimsel özelliklerin anlatıyı şekillendirmede önemli rolü vardır.

Teun A. Van Dijk'e göre eleştirel söylem analizi, medya metinlerinde kullanılan dil ile toplumsal iktidarın nasıl inşa edildiğini araştıran bir yöntemdir. Söylem çözümlemesinde ana amaç, anlamlandırma ya da yorumlamadır. Medyaya ait metinlerdeki söylemin toplumdaki egemen veya mevcut söylemlerden bağımsız olmaması; bu anlatıyı kuran kişilerin ekonomik, politik, kültürel ve toplumsal yapının bir parçası olması anlamına gelir (Van Dijk, 2004: 39-40).

Van Dijk, eleştirel söylem analizi için güç yapıları ve üstünlük, söylem yapıları, tarz gibi kategoriler ortaya koyar. Üstün grupların bazı üyeleri güçlü seçkinlerdir ve söylemi kullanma

hakkına sahiplerdir. Bu seçkinler, söylemsel ve iletişimsel olanaklara ve kaynaklara erişimleriyle ölçülen sembolik güçleriyle tanımlanabilmektedir. Söylem yapıları olarak ise en belirgin şekilde argüman, retorik veya vurgulara işaret eder. Güçlü konuşmacı ya da gruplar söylemde güçlerini sergiliyorlarsa, bunun hangi argümanlar, retorik ve vurgular yoluyla etkili olduğu bilinmelidir. Bu söylemsel yapılar arasında aynı zamanda güvenilir kaynaklardan, tanıklardan ve uzmanlardan alıntı yapmak, öykü anlatmak gibi örnekler bulunur.

Tarz olarak belirttiği kategori ise gücü, konumu belli eden ve dinleyenler üzerinde inandırıcı etkisi olan sözcüklerin nasıl kullanıldığıdır. Bunu söz dizimsel tarz ile birlikte ele alır. Başka bir deyişle, cümlelerin neresinde kullanılarak sözcüğün nasıl vurgulandığı önemlidir (Van Dijk, 1993: 254-64). Bu çalışmada ele alınan program söz konusu olduğunda üstünlüğü elinde bulunduran seçkinleri ve söylemsel yapıları işaret eden kategori, jüri üyelerinin konumlarıyla beraber anlaşılmaktadır.

Ele alınan programda özellikle jüri üyeleri üzerinden toplumdaki egemen söylemin sınıf boyutunun nasıl üretildiği üzerinde durulacak; bu yapılırken programın episodik yapısı ve formata ait (VTR, dış ses, sunucunun aynı zamanda jüri olması) yapısal özellikler, programda yarışmacı ve jüri üyelerinin öykülemeleri yoluyla oluşan metin ile etkileşimi bazında ele alınacaktır.

Bu doğrultuda Bugün Ne Giysem'in realite benzeri melez yapısını ve nasıl bir anlatı yarattığını ortaya koymak için öncelikle türsel özellikleri aktararak tartışılmış, sonrasında analizi mümkün kılan sınıf ve moda kavramlarına yer verilmiş, son olarak da analizin kendisi yer almıştır.

1. Bir Moda Programı Formatı Olarak Bugün Ne Giysem

Programda format aracılığıyla nasıl bir anlatı kurulduğunu irdeleyebilmek için televizyonun anlatı işlevine değinmek gerekir. John Fiske ve John Hartley, televizyonun bir topluluktaki epik hikayeler anlatan ozan gibi görev yaptığını söyler. Bu şekilde kültürün dominant değerlerini iletmiş olur (Fiske ve Hartley, 2004: xxi). Benzer şekilde Kozloff da televizyonu günümüzün en önemli hikaye anlatıcısı olarak tanımlar (Kozloff, 1992: 52). Bu yüzden televizyonda hangi formatlar aracılığıyla nasıl anlatılar ortaya konulduğu önemlidir.

Albert Moran'a göre bir dizi endüstriyel anlam barındıran formatlı programlar iki çeşittir: Haber, talk show, game show gibi realite show programları ve durum komedileri gibi programlardan oluşan dramalar (1998: 13-14). Realite TV programları, bir bakıma yeni bir öykü anlatma türüdür. Birçok realite programı şeklinden bazıları sadece insanların günlük rutinine odaklanırken çoğu realite programı bir rekabetçiliğe dayanır (Jaquez, 2004). Böyle bir sınıflandırmada çalışmanın konusu olan moda programının rekabetçi bir realiteye denk düştüğü söylenebilir.

Bir tür olarak realiteyi ve moda programı olarak adlandırılan türü daha iyi anlayabilmek için Türkiye'nin televizyon tür/formatlarındaki çeşitlenmeye ve bu çeşitlenmenin niteliğine de kısaca değinmek gerekir. Bu çeşitlenmenin dinamiklerinin ortaya çıktığı yılları 1980'ler olarak belirlemek yanlış olmayacaktır. 1980'li yıllarda gerek dünya çapında gerek Türkiye'de yaşanan ekonomik ve siyasal değişimler, daha liberal politikaların uygulanması ve özel sektörün yükselmesi gibi sonuçlar doğurmuştur. Bu politikaların uygulanmasının sonuçları ise 1990'lı yılların ilk yarısından itibaren belirginleşmiştir (Kejanlıoğlu, 2003). Medya da bu ortamda dönüşüme uğramış, 1990'lı yıllarda medya sektöründe tekelleşmeler yaşanmış ve gazeteci-patron yerini giderek iş adamına bırakmaya başlamıştır (Bali, 2011: 203). Bu şekilde kâr amaçlı yayıncılık yükselişe geçmeye başlamıştır.

Kâr amaçlı özel yayıncılık, amacı doğrultusunda daha çok reyting alabilen yeni tür/formatlar

geliştirir. Daha çok reyting getiren tür/formatlar arasından en önemlisi realite programları olur. Bunlar, gizli kamera şakaları, talk show, tartışma gibi anlatı yapısı itibarıyla kurmacayı andıran ama geleneksel kurmaca programı olarak tanımlanamayacak programlardır. Bu programlar, starlar, büyük stüdyolar ve pahalı dekorlar gerektirmez; ancak reyting gücünü izleyicinin merak ve acıma duygularına hitap etmesinden alır (Adaklı-Aksop, 1999: 239). Programın içeriğinde yer alan bir bunalım ya da sürtüşmenin ne yönde ve nasıl gerçekleşeceğine olan merakın kullanıldığı 'Biri Bizi Gözetliyor' benzeri programlar izleyici tarafından ilgiyle takip edilen realite/ yarışma türünün örneklerini oluşturmuşlardır. Daha sonra Türkiye'de özel yayıncılıkta eski ve yeni formatlar beraber kullanılırken formatların sınırları da belirsizleşerek melezleşir, bazı programlar ise tamamen yerel buluş olarak ortaya çıkar. Paparazzi türü buna örnektir (Çelenk: 2005: 91-92). Bu araştırmanın konusu olan Bugün Ne Giysem de kendinden önceki program türlerinden (yarışma/realite) yararlanan yeni, yerel ve melez bir format olarak karşımıza çıkar.

Bugün Ne Giysem'de yarışmacılar kendi giyim tercihleri ile podyuma çıkar ve jüri tarafından yorumlanarak bir sonraki aşamaya geçip geçmemelerine karar verilir. Toplam beş aşama sonrasında yaklaşık yirmi yarışmacının kaldığı büyük bir "gala" programı yapılır ve o aşamaya kadar sadece jüri oyları ile karar verilen yarışmada söz konusu olmayan SMS'ler bu final zamanında devreye girer. En çok SMS alan yarışmacı birinci olarak 100 000TL ödülün sahibi olur. Bu nedenle temel olarak bir yarışma olduğunu söylemek mümkündür. Televizyonda yarışma, eğlencenin farklı türlerini sunar ve kazanmanın önemine ilişkin ideolojinin taşıyıcısı olarak işlev görür. Kazanmak önemlidir ama kazanmak için hangi yeteneklerin gerekli olduğu veya yenilginin maliyetinin ne olduğu soruları önem kazanır (Whannel, 1990: 25). Bu programda da kazanmak, ilerleyen bölümde görülebileceği gibi bir sınıfsal konum içinden davranma yeteneğini gerektirir ve kaybetmenin maliyeti de sınıfsal bir ilerleyememe olarak okunabilir.

Yarışma, elbiseyi nasıl alıp hazırlandıklarının anlatılması, arka odada hazırlıklarının gösterilmesi ve kimi zaman kendilerine ait yaşam hikayelerinin aktarılması üzerine kurulmuştur. Finale doğru dört aşama olduğu için sonraki aşamanın merakına dayandırıldığı söylenebilir. Bu aşamalarda ilerledikçe yarışmacının önceki podyuma çıkışını hatırlatmak için VTR'ler kullanılır, ki bu VTR'ler orada kurulan öyküye gerçeklik ve doğruluk atfederken yarışmacının hikayesi seriyelleştirilmiş olur. Öte yandan, podyuma çıkmadan hemen önce arka odada hazırlanan yarışmacıların hazırlıkları ve Uğurkan Erez'le konuşmaları gösterilir. Burada Uğurkan Erez podyuma çıkmadan önce yarışmacıya nasıl yürümesi gerektiğini gösterir, elbisesindeki detaylar hakkında görüş bildirir ve detaylara müdahale eder. Ayna karşısında yürüyüşünü çalışan yarışmacı ayna karşısına geldiğinde tanıdıklarına selam söyler, teşekkür eder ve Uğurkan Erez yarışmacıyı podyuma jüri üyelerinin önüne yollar. Tüm bunlar olurken olaylar altyazı ile desteklenir: "Uğurkan Erez Merve Hanım'ın tarzı için ne söyleyecek?" (21.12.2012 tarihli yayından).

Bugün Ne Giysem bu özelliklerinden belli olabileceği gibi, bir yarışma olsa da realitenin temel özelliklerini kullanmaktadır. Realitenin temel özellikleri sansasyonellik, gizemleştirme ve geciktirim, kurbanlaştırma, kişiselleştirme ve duygusallaştırma olarak sıralanabilir (Adaklı-Aksop, 1999: 244-246). Bunun yanı sıra sadece sözcükler değil, görüntüler, sayfa yapısı, kullanılan punto, sunucunun vurguları, kullanılan VTR'ler de bir bütün olarak mesaj iletir (Bastürk Akca ve Akbulut, 2005: 56-7). Programda yarışmacılar ve jüri üyeleri ile bu detayları içererek kurulan anlatı, realitenin tüm özelliklerini kullanır. Üç farklı jüri üyesinin her birinin kararını açıklamadan önce kullanılan müzik ve kararın açıklanmasının geciktirilmesi, yarışmacının podyum kıyafetini nasıl seçtiğini anlatan VTR'ler ile seçimin kişiselleştirilmesi, bazı örneklerde yarışmacıların yaşam öykülerinin ön plana çıkarılarak duygusallaştırma yoluna gidilmesi, programın realite türünün özelliklerinden yararlandığına kanıt gösterilebilir.

Kozloff'un belirttiği gibi (1992: 52) televizyonu bir hikaye anlatıcısı olarak konuolarsak, bu anlatıcılık görevini en çok sunucu üstlenmektedir. Sunucu ve aynı zamanda jüri üyesi olan Hakan Akkaya'nın müdahalesi ve jüri üyelerinin yorumları ile yarışmacının hikayesi bir söyleme dönüşmektedir. Programın bölümler arası geçişlerini sunucu/jüri Hakan Akkaya sağlar ve konuşmaların seyrini büyük ölçüde o belirler. Ayrıca yarışma formatının kendi özellikleri dolayısıyla yarışmacının giyimine sözlü veya fiziksel müdahale normalleşmekte ve yarışmacıyı bir "hizaya sokma" gerçekleştirmektedir. Bu durumu mümkün kılan jüri üyelerinin sınıfsal / statüsel kimlikleri, programın formatında önemli konumdadır². Programı sınıf kavramı ile ele alma noktasındaki temel motivasyonlardan biri de moda konusundaki kanaat önderliği durumunun bu jüri üyeleri üzerinden kanıksanmış şekilde programda yer bulmakta olmasıdır. Bu programın tanıtımlarında da izine rastlanan bir durumdur. Programların tanıtımları, hem kendilerine biçtikleri rolü, hem de izleyicilerine seslenme biçimlerini gösterir (Baştürk Akça ve Akbulut, 2005: 12). Tanıtımlarda jüri üyeleri "moda avcısı" şeklinde tanımlanarak bu konunun yetkin kişileri olarak gösterilmekte, her birinin kendine özgü özellikleri vurgulanmaktadır. Hepsisi de moda sektörünün önde gelen ve "stil sahibi" isimleri olarak lanse edilir.

Ayrıca tanıtımlarda programın amacının Türkiye'nin en şık kadını seçmek olduğunun belirtilmesi, şıklık tanımını yapmayı görev edinen bir program olduğunu gösterir niteliktedir. Program ne kadar moda programı olarak anılsa da Show Tv İnternet sitesinde program "yaşam" kategorisinde yer almakta, modadan çok daha geniş bir şekilde yaşam ile ilgili olduğu imasını vermektedir. Bu da programın melez bir tür olduğunun göstergesidir.

Programın gündüz kuşağında yayınlanması bir diğer önemli özelliktir. Anlatının konumlandığı yer ve zaman hedeflediği kitle bakımından bir cinsiyetlendirme boyutu taşır (Kozloff, 1992). Gündüz kuşağında olması nedeniyle ev kadınına hedef almakta ve cinsiyetlendirilmiş bir televizyonun örneğini de vermektedir. Başka bir deyişle, kadının çoğunlukla çalışma yaşamında değil evde konumlandığı ön kabulüyle hareket eden bu anlayışla moda programlarının kadınları hedef alması, söz konusu programların sadece bu nedenle bile sınıf ve cinsiyet boyutundan ayrı tutulamayacağına kanıtıdır.

2. Sınıf Kavramını Açıklamak

Swartz'a göre kültürel pratiklerin temelde yatan sınıf ayrımlarının gösterenleri olduğunu belirten Bourdieu sınıfı açıklarken Weber'in sınıf ile statü arasındaki ilişkilerle ilgili anlayışına belli değişiklikler getirmiştir (Swartz, 2011: 200-2), örneğin sosyal alanlardaki bir dizi değişen pozisyonu temsil eden statü kazanımını ifade etmek için sermaye kavramını kullanır (Wynne, 2002: 48).

Bourdieu Distinction'da yaptığı sınıf tahliline meslek ve gelirin yanı sıra hayat tarzına işaret eden unsurları, beğenileri, eğitim vasıflarını, toplumsal cinsiyeti ve yaşı dahil eder (Bourdieu, 1984). Simgesel ve toplumsal birikim ve farklılaşma biçimleri de toplumsal sınıf ilişkilerinin önemli kaynaklarındandır. Ona göre sınıf ilişkilerinin yalnızca ekonomik değil, simgesel boyutu da vardır (Swartz, 2011: 206). Sınıf kavramını ele alırken ekonomik sermayenin yanında simgesel ve kültürel sermaye kavramlarını kullanmasının nedeni de budur.

Simgesel ve kültürel sermaye bir yaşam tarzına işaret ederek kullanılmaya elverişlidir; çünkü

2 Uzun yıllar moda koreografi olarak çalışan Uğurkan Erez, modacı Hakan Akkaya ve manken/modacı Ivana Sert jürisi oluşturmaktadır. Son sezonda manken Özge Ulusoy ve Çağla Şikel de jüriye katılmış, Uğurkan Erez, yarışmacıların hazırlıklarını yaptığı sahne arkasına, "Uğurlu Oda" olarak anılan yere geçmiştir.

yaşam tarzları modernliğe özgü bir statü gruplaşması şekli olarak ele alınabilir (Chaney, 1999: 24). Statü gruplaşması olarak ele alınabilecek simgesel pratiklerin Türkiye’de görünürliğünün artması ise 1980’lerden itibaren kendini farklı şekilde gösterir. Seçkinler ile bu sınıfa terfi etmek isteyenlerin benimsedikleri bir yaşam tarzından “lifestyle” olarak bahseden Bali, bu yaşam tarzını genel hatlarıyla giyim kuşama özen gösterme, en iyi puroları içme, şaraptan anlama gibi zevklerden oluşan bir bütün olarak tanımlar (Bali, 2011: 146). Özal döneminde liberalleşen ekonomi sayesinde zenginleşen bir kesim bu yaşam tarzının simgesel yanıyla daha çok ilgilenmiş; lüks araba sahibi olmak, markalı kıyafetler giymek gibi toplumsal statü simgelerini çabuk benimsemiştir (Bali, 2011: 321).

3. Moda ve Sınıf

Moda kavramının kendisini irdelemek, Bugün Ne Giysem’i sınıf kavramı ile beraber ele almak için bir diğer adım olabilir. Moda bağlı olduğu sektörler nedeniyle ekonomiyle, bireyin görünümünün parçası olduğu için de kültür ile doğrudan ilişki içindedir. Bu yüzden moda bu iki alanı da ilgilendiren günümüzün tüketim, küreselleşme, neoliberalleşme gibi trendlerinden bağımsız değildir (McRobbie, 2002: 53).

Modaya ilişkin açıklamalar, tarihsel olarak giderek değişiklik göstermiştir. 20 yy’da her bütçeye uygun hazır giyim yaygınlaşmasıyla giysilerin ekonomik değerlerini yavaş yavaş yitirmiş olması modanın demokratikleştigiğine ilişkin tezlerin temel savıdır. Buna rağmen giysiler sembolik değerlerini korumuştur. 20.yy sonlarında ise sosyal bilimlerin getirdiği kuramsal açılımlar sınıf eşitsizliği gibi bir kavramın daha az kullanılmasına neden olmuştur. Modanın yayılımı, o döneme kadarki modaya ilişkin tezlerin önerdiğinden daha karmaşıktır. Bunu açıklamak için postmodernist cinsiyet kuramları ve sanayi sonrası toplum modelleri kullanılmıştır (Crane, 2003: 17;41). Yine de sınıfın moda için faydalı bir analiz kategorisi olduğunu söylemek mümkündür.

Simmel ise modayı sınıf kavramı ile beraber ele alarak sosyal ve kültürel açıklamalar getiren en önemli isimlerdendir. Modanın yayılmasına ilişkin açıklamalarında “sosyal sınıf” kavramını kullanır, ki sınıf kavramının “sosyal sınıf” olarak tanımlanması modayı ve sınıfı beraber ele almada kültürün ve sosyal boyutun önemine vurgu yapmaktadır. Ona göre moda üst sınıfa özgüdür ve bu sınıfın üyeleri tarafından yaratılır, diğer sınıflara yayılması ise ancak daha alt sınıfların bu modayı taklit etmesi yoluyla mümkündür. Modanın taklit yoluyla daha alt sınıflara yayılması, üst sınıfların bu modayı terk etmesi ve başka bir moda yaratması ile sonuçlanır. Bu, zenginliğin yükselmesiyle hızlanan bir süreçtir (Simmel, 1957: 541). Bu açıdan Simmel, modanın özünde sınıfsal bir boyuta işaret ettiği için, açıklamaları sınıf kavramının kültürel tanımlamaları ile anlam kazanır. Örneğin bir sınıfın nasıl bir yaşam tarzını seçmeye eğilimli olduğu ve kendisini diğer sınıflardan ayırt etmek için geliştirdiği pratikler, sınıfın kültürel olarak ele alınması ile ortaya çıkarılabilir. Bourdieu’ya göre orta sınıf kendini diğer sınıflardan ayırt etmek için kendine özgü olduğunu düşündüğü zevkler, beğeniler ve yaşam tarzları geliştirir. Distinction’da (1984) şarap, klasik müzik ve özgürlük beğenisinin orta sınıflara özgü olduğunu bulgular. Bu ayırt edici pratiklerin içinde yaşam tarzı, giyimi ve modayı da kapsayan bir pratikler kümesi olarak ele alınabilir. Chaney de William Weber’in araştırmasına gönderme yaparak tarihsel olarak sınıfsal özellikleri belli eden seçimlerin boş zaman veya tüketim gibi yaşam tarzı alanında bulunan kültürel seçimler olduğunu belirtir. Farklı müzikler dinlemek için farklı konserlere giderek boş vakit doldurmak bu araştırmanın temel örneğidir (Chaney, 1999: 21). Sınıfın kültürel seçimlerle olan bu ilişkisi, modanın şart koştuğu sıklık anlayışını yaşam tarzından ve günümüzde yaşam tarzı kaynaklı yüceltilen stereotiplerden bağımsız olamayacağını gösterir.

Moda, üst sınıf olmanın veya üst sınıf gibi görünebilmenin yolu olduğu için kültürel sermaye

sahibi olmayanın modayı belirleyen üst sınıflar için şık kabul edilemeyeceği bir durum devam ediyor gibi görünmektedir. Moda olan giysilerin ucuzlaması ekonomik bir demokratikleşmeye ve kalabalık bir ortamda sınıf farklılığının belli olmaması sonucunu doğursa da hala birçok insan sınıf farklılığını bir çift ayakkabı veya çanta dolayısıyla fark edebilecek keskin bir göze sahiptir (Miller, 2005: 12). Modanın hala devam eden bu sınıfsal karakteri, bir moda programı olan Bugün Ne Giysem'de de kendini jüri üyelerinin dilsel mekanizması, kültürel sermayeyi yok sayması, birey tarzını vurgulaması ve programın formatısal özellikleri üzerinden göstermektedir.

4. Sınıfsal Hizalama ve Kavramsal/Dilsel Mekanizmalar

Bourdieu'nun tanımladığı şekliyle orta sınıf beğenisi ve buna paralel olarak Simmel'in modayı açıklarken değindiği sınıfsal boyut, Bugün Ne Giysem'de kendini en çok jüri üyeleri ve yarışmacıların karşılaşma anında belli etmektedir. "Şıklık" tanımı üzerinde bir kavramsal iktidar savaşını jüri koltuğunda oturma ve yarışmacılar arasında çoğu zaman bu kavramsal iktidar savaşını jüri üyeleri yarışmacıyı eleştirdikleri noktalarda çoğu zaman ona bir "çekidüzen verme" işine kalkışmaktadır. Bu çekidüzen verme fiziksel olduğu kadar sembolik şekilde de gerçekleşmektedir. Örneğin elbisenin boyuna, aksesuarlarına müdahale edebildikleri gibi yarışmacının giyiminin, saçının, makyajının, duruşunun "nasıl olması gerektiğini" salık vermektedirler. Bu da jürinin "şıklık" tanımının yarışmacılara yine jüri tarafından empoze edildiği izlenimini doğurmaktadır. Örneğin jüri üyelerinden Ivana Sert, bir yarışmacının saçındaki sarı tonunun nasıl olması gerektiğini şu şekilde anlatmaktadır: "Bak sarı ama, benimki gibi sarı olmalı" (11.09.2012 tarihli yayından). Benzer şekilde Çağla Şikel yarışmacının rujunun renk tonunun "avam" olduğunu söyleyerek eleştirir ve nasıl olması gerektiğini ekler: "Benim rujum gibi". Hakan Akkaya ise bir yarışmacının göz makyajını eleştirirken şunları der: "Bak üç kadın var burada. (diğer jüri üyelerini kast ederek) Üçünün de senin gözüne benzeyen göz makyajı var mı? Bugüne kadar hiç oldu mu? Doğru olan bu» (21.12.2012 tarihli yayından).

Bunun yanı sıra jüri, her zaman kendi diline yerleşmiş kavramlarla konuşur ki bu kavramlar yarışmacılar tarafından çok sık kullanılmayan, moda endüstrisinin yarattığı bir dil gibidir. Şıklığı değerlendirirken "Fresh bir görüntü", look, kombin, proporsiyon gibi kavramlarla konuşan jüri, bu sayede şıklık tanımının uzmanı olarak kendini görmekte ve kendisiyle yarışmacı arasındaki sınıfsal farklılığı yeniden üretiyor gibi görünmektedir.

Jüri ile gelir düzeyi, görünümü (saçı, makyajı, giyimi) dolayısıyla yaşam tarzı benzeşen yarışmacıların jüriden takdir alması ve jüri ile benzeşmeyen takdir görmemesi, onay almaması hatta bazı uç durumlarda hakarete uğraması bu sınıfsal hizalamanın kanıtları olabilir. Bu aslında bir yandan jürilerin sınıfsal ve statüsel kimlikleriyle, bir yandan da kendini tartışmasız üstün konumunda yerleştiren bir uzman egosunun da göstergesi olarak görülebilir; ki Tekelioğlu jüriyi buna benzer davranışlar nedeniyle şişkin egolar olarak yorumlar (Tekelioğlu, 2012).

Kendisine benzemeyene ilişkin onaylamaz bir tutum sergilerken de dilsel mekanizmada tekrar eden örnekler görmek mümkündür. Sınıfsal hizalamayı kendine doğru biçimlendiren jüri, çoğunlukla bunu yaparken yarışmacının alt sınıftan olduğuna ilişkin tespiti kibarlaştıran ve belirsizleştiren bir dil kullanır. Giyimini hiç beğenmedikleri birinin gönlünü alırcasına sık sık "Çok güzelsin", "Yüzün çok güzel" gibi cümleler kullanılarak sonrasında alt sınıftan olduğunu ima eden ifadeler yumuşatılmış olur. Bazı örneklerde ise çok daha net bir şekilde "ucuz bir görüntü", "assolist" gibi benzetmelerle yarışmacının üst sınıfa ait olmadığı ve ne kadar uğraşırsa

uğraşsın bunu başaramayacağı ima edilir. Özellikle Çağla Şikel'in sıkça kullandığı "alaturka", Hakan Akkaya'nın yinelemekten çekinmediği "oryantal" tanımlamaları, her zaman yarışmacıyı beğenmediklerinde bunu ifade etmenin yolu olarak ortaya çıkar.

Formatsal mantık da dilsel mekanizmanın önemli rolde olduğu bu sınıfsal hizalamayı seriyal haline getirdiği için yarışmacının gelecek sefer şık olup olmayacağı merakını uyandırarak daha üst bir sınıf veya orta sınıf gibi davranıp davranamayacağına yönelik bir kanca atmış olur. Devam eden yarışmacılar çoğunlukla her podyum deneyimlerinden ders aldıklarını ve önerilerini gelecek sefer dinleyeceklerini belirtirler, örneğin 43 yaşında bir yarışmacı giyindiği uzun kollu elbise hakkında konuşurken "çeyrek finalde kollarımı kapamam gerektiğini söylemişsiniz" diyerek jürinin hizalamasına uyar (17.09.2012 tarihli yayından). İzlediğimiz şey bir bakıma, birinin sınıfsal olarak yükselmeyi başarıp başaramayacağı veya aynı başarıyı gelecek sefer de göstererek üst bir konumda varlığını sürdürüp sürdüremeyeceğidir.

5. Kültürel Sermayenin ve Sınıfsal Farklılığın Yok Sayılması

Alt sınıftan olanı takdir etmeyen, onaylamayan jüri, bu sınıfsal hizalamayı kolaylaştıracak şekilde sıklıkla giyim için çok para harcamanın şart olmadığını, herkesin vücudunu tanıyarak giyindiğinde şık olabileceğini savunur. Bunu söylerken gözden kaçırdıkları veya onlar için bile açıkça görülemeyecek olan, kültürel sermayedir. Az para harcanarak şık olabilmenin yolunun "şıklık"ın tanımını üst bir sosyal sınıf konumundan yapabilmek olduğunu gözden kaçırmazlar. Bunun en iyi örneğini birinci sezonda finali kazanarak büyük ödülü alan yarışmacının ilk podyumunda görmek mümkündür. Yarışmacı etek, bluz ve ceketini Adana'daki bir pazardan toplamda 3 TL'ye aldığını söylediğinde jüri tarafından çok takdir toplamış, ancak bu tarzı oluşturabilmek için hangi giyim parçalarını bir araya getireceğini bilmenin parasal değil simgesel bir sermaye olduğuna ilişkin ifadeler dolaylı şekilde yer almıştır. Söz konusu yarışmacı İngiltere'de öğrenim görmüş, üniversite mezunu, güzellik konusunda da jürinin övgüsünü almış bir genç kadındır. O sezonun jüri üyelerinden modacı Nur Yerlitaş "Tarza şaşırdım (...) ama işte giyinmek o yaşam biçiminle de, sosyal durumunla da altyapınla da bağlantılı bir şey" derken Hakan Akkaya "Maalesef" diye ekleyerek bu sınıfsal eşitsizliği belki de ilk kez bu kadar net fark etmişlerdir (19.07.2011 tarihli yayın).

Paranın şık olmakta en önemli etken olmadığı savunusu, modanın demokratikleşme tezlerini andırmaktadır. Yine de, sosyal sınıf farkının giyim ayrıntılarında kendini belli etmesi, modanın doğrudan kültürel sermaye ile ilişkili olduğunu açığa çıkarır. Jüri de farkında olmadan, onayladığı veya onaylamadığı bir yarışmacı hakkında konuşurken kültürel sermaye kavramına denk düşecek dilsel mekanizmalar kullanılır. Onayladığı veya hayran kaldığı yarışmacıların "kıyafeti taşıyabildiğinden", "kendi tarzı olduğundan", "moda olan tarzları kendine iyi uyarlayabildiğinden" bahseder. Bunun yanı sıra tersi örneklerde dolaylı bir sınıf göndermesiyle elbise beğenilse bile "Bu elbiseyi bundan farklı şekilde giyemeyecek çünkü onda o ruh yok" (Hakan Akkaya, 13.09.2012 tarihli yayından), "Elbisenin karakteri yok" (Çağla Şikel, 28.09.2012 tarihli yayından) gibi yorumlarla şık olmanın sosyal sınıf ve yaşam tarzı parametreleri üzerinden tanımlanan bir başarı olduğu ima edilir. Buna uygun olacak şekilde, Hakan Akkaya başta olmak üzere tüm jüri üyeleri şık olmanın bir elbise giyinmek demek olmadığını sıkça belirterek her seferinde saçın, makyajın, tırnakların bile önemli olduğu bir bütünlük paketi olduğunu vurgularlar. Dilsel mekanizmalarında yer alan "alaturka", "oryantal" gibi sıfatlar ise bir bütün olarak şık olmayı başaramayanlar için kullanılır.

Parasal güç ile desteklenen giyim tarzları jürinin beğenisini kazandığında, bir elbiseye çok para harcamış olmanın eleştirisinde bulunmazlar; hatta giyimine dikkat eden ve o yaşam tarzına ait

olan bir kadın olarak yarışmacı övülür. Hakan Akkaya böyle bir yarışmacı için “Zevkli kadınsın giyimine para harcıyorsun anladım ben (...) Bu elbiseyi ben nasıl isterdim biliyor musun? Bir sandalet... (...) Gündüz Nişantaşı’nda Bebek’te gezen bir kadın isterdim” şeklinde küçük detayları eleştirerek yorumlar. Öte yandan beğenmedikleri bir görüntü olduğunda elbiseye harcanan para da bir olumsuz eleştiri meselesi haline gelir. Elbisesini 9000TL’ye mal eden bir yarışmacıya Hakan Akkaya “Fiyatına bakınca ve karşımdaki resmi görünce çok kızıyorum sana” der ve Çağla Şikel “Yazık günah valla” diye ekler. Aynı elbise için Ivana Sert de “Bu şekil transparan(...) ucuz gösteriyor bence” yorumunda bulunur (14.09.2012 tarihli yayından). Başka bir deyişle çok para harcayarak şık olmak iyidir; ancak kültürel sermayesi olmayanın bir de üzerine çok para harcayarak şık olmayı denemesi başarısız bir sonuç, hatta neredeyse ayıptır. Yarışmacı orta sınıf olmasa da orta sınıf gibi davranmaya çalışırken bunu çok belli etmeden yapmalıdır, yoksa taklit jürinin eleştirisini beraberinde getirir: “Sen çakma bir ikoncan olmuştun şu kıyafetle, kusura bakma. (...) Hiçbir şeyin çakması olmayacaktır (...) Bu elbiselerle çakma ikoncanlar da hapse atılmalı, bir moda hapishanesine” (Hakan Akkaya, 21.12.2012 tarihli yayından).

6. Birey Tarzının Vurgulanması

Yarışma formatında olduğu için kurduğu anlatı yoluyla bir başarı tanımı yapan bu program, başarıyı aslında yaşam tarzına odaklar. Jüriler tarafından modanın da taşıyıcısı olduğu anlamlar dolayısıyla yarışmacılara başarının anahtarı olarak bir birey tarzı gösterilir. Hem modayı takip edebilmek hem de kendini diğer herkesten ayırabilecek belli bir giyim tarzına sahip olunması gereği vurgulanır ki bu aslında yine sınıfsal konum ve kültürel sermaye ile ilişkilidir. Jürinin başka birinde olsa sevmeyeceklerini belirttikleri bir elbiseyi, belli bir yarışmacı üzerinde sevmeleri de bunun örneğidir.

Genel olarak kendi stili olduğu düşünülen yarışmacı, jürinin tam istediği gibi görünmese de geçmişteki elbiseleri dikkate alınarak bir karar verilir. Bu da aslında programın seriyal mantığının jüri tarafından da içselleştirilmiş olduğunu gösterir. Örneğin bir aşamada aynı yarışmacıyı çok beğenmeseler bile, Çağla Şikel de Ivana Sert de “Stil sahibi bir bayan olduğunu düşünüyorum”, “Stil sahibi olduğunu biliyorum” diyerek olumlu kararlar verirler (3.12.2012 tarihli yayından).

Bu birey tarzını aşılmasına rağmen modanın mutlak doğrularını yineleyerek öğretmeyi misyon edinen jüri üyeleri, bu ilkeleri değişmez şekilde uygulayan yarışmacılara da bir süre sonra kızmaya başlamıştır. Siyah bot ile siyah uzun çorabın giyilmesi gerektiğini sezon boyunca söyledikten sonra sezon sonuna doğru “İyi ki bir siyah çorap öğrettik, herkes onu giyip geliyor” gibi ifadeler kullanmaya başlamış, öğrettiği kendi doğrusu olsa bile yarışmacının kendi tarzını yaratmasını beklemiştir. Başka bir deyişle, yarışmacının şık olması için kendini biricik bir özne olarak kurması beklenir.

Kendi tarzını yaratamayan yarışmacı başarısız olarak addedilerek çoğunlukla elenirken aslında yaşam tarzı ve kültürel pratikler alanına dahil olan bir eyleminden de dışlanmış olur ve bir bakıma daha üst bir sınıf konumunu elde edememiş olur. Başarısız olmanın karşılığı jüri tarafından onaylanmamak veya aşağılanmak olurken, arka fona yerleştirilen hüznü müzik ve yavaş çekim şekilde yarışmacının el sallayarak vedası yarışmacı dolayısıyla duygulanım yaratmaya da hizmet eder.

Sonuç

Popüler bir moda programı olarak anılan Bugün Ne Giysem hem modanın belli ideolojik anlamların taşıyıcısı olması hem de formatsal özellikleri nedeniyle sınıfsal anlamlar taşıyan bir

söylem kurar. Bu söylem çoğunlukla yarışmacılar ile jüri üyelerinin karşılaştığı anda jüri üyelerinin dilsel mekanizmalarında kendini gösterir. Kendi uzmanlıklarını koruyacak şekilde kendilerine ait bir kavramsal çerçeveden konuşarak yarışmacı ile aralarındaki kültürel/sınıfsal farkı yeniden üretmeleri ve yarışmacıyı beğenmediklerini ifade eden sıfatların alt sınıfa ilişkin olduğu iması taşıması, bunun göstergesidir. Bunun yanı sıra jüri şık olmak için paranın şart olmadığına ve herkesin bir tarzı olması gerektiğine vurgu yaparken, belli bir kültürel sermayeye sahip olmayan yarışmacının başarısızlığa mahkum oluşunu gizler. Üstün bir konum olarak sınıf üzerinden de söylemi kuranlar, seçkin konumundaki jüri üyeleri olur.

Dilsel mekanizma, kültürel sermayenin yok sayılması ve birey tarzının vurgulanması yoluyla kurulan anlatı, aslında jürinin belli bir ideal tip üzerinden yorumlarını yaptığını gösterir. Bu ideal tip; kendi stili olan, alaturka veya oryantal görünmeyen, Batılı görünümüne uygun, sade ve doğal olan kişidir. Bu bir yandan hem kendilerine hem de 1980'li yıllardan itibaren Türkiye'de zenginleşerek yaşam tarzının simgesel yanıyla ilgilenen bir tip olduğu izlenimini doğurur. Bu da kurulan anlatının liberal bireyi odak alarak iletildiğini gösterir.

Formatın özellikleri ile sınıfsal hizalama bir seriyal haline gelir; çünkü yarışmacının gelecek sefer podyuma nasıl geleceğine ilişkin bir merak yaratır. Programın kullandığı altyazılar, araya giren teaserlar ile de bir gerçeklik vurgusu eklenir ve bu şekilde sınıf, toplumsal cinsiyet ve kadın hakkında kurulan söylem güçlendirilir.

Toplumsal cinsiyet ve beden üzerindeki söylemsel boyut bu çalışmanın kapsamı dışında tutulmuştur. Sınıfsal olduğu kadar toplumsal cinsiyet ve bedeni de ilgilendiren bir hizalamanın söz konusu olduğu söylenebilir. Yarışmacıya kilo verdirmek, bel kısırımı olması gerektiği için korse kullanması gerektiğini tavsiye etmek, çok konuşkan olduğu için koca bulamayacağını belirtmek gibi örneklerin çoğaltılabileceği bir anlatı söz konusudur. Bu ve sınıfsal boyutuyla ele alınabilecek söylem, jüri üyelerinin sorgulanmaz kanaat önderliği sayesinde devam ediyor görünmektedir. Bu da hem realiteye yakın bir formatta olması hem de modanın kendine içkin sınıfsal karakteri ile gerçekleşmektedir.

Kaynakça

Adaklı-Aksop, Gülseren (1999). "Televizyon Türlerinde Dönüşüm," Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık 1999: 229-253.

Balı, Rıfat N (2011). Taz-ı Hayattan Life Style'a: Yeni Seçkinler Yeni Mekanlar Yeni Yaşamlar. İstanbul: İletişim.

Baştürk Akça, Emet ve Akbulut, Hasan (2005). "Kadın Programlarına Bir Bakış: "Kadının Sesi" ve "Sizin Sesiniz"de Tür, Anlatı ve Format." İletişim: araştırmaları, 3(1-2): 41-73.

Bourdieu, Pierre (1984). Distinction: A Social Critique of Judgement of Taste. Çev., Richard Nice. Massachusetts: Cambridge University Pres.

Chaney, David (1999). Yaşam Tarzları. İrem Kutluk (çev.), Ankara: Dost.

Crane, Diane (2003). Moda ve Gündemleri: Giyimde Sınıf Cinsiyet ve Kimlik. Özge Çelik (çev.), İstanbul: Ayrıntı.

Çelenk, Sevilay (2005). Televizyon Temsil Kültür: 90'lı Yıllarda Sosyokültürel İklim ve Televizyon İçerikleri. Ankara: Ütopya.

Fiske, John ve Hartley, John (2004). Reading Television. London & New York: Routledge.

Kejanlıoğlu, Beybin (2003). Türkiye'de Medyanın Dönüşümü. Ankara: İmge.

Kozloff, Sarah (1992). "Narrative Theory and Television." Channels of Discourse Reassembled Television and Contemporary Criticism. Robert C. Allen (der.) içinde. New York: Routledge.

Jaquez, Orlando (2004). Proppian Analysis: Propp and the Folktale of "Reality" Television, <http://www.core.org.cn/NR/rdonlyres/Anthropology/21A-212Spring2004/C7FA2583-89E7-4900-9023-6AD42DE7DFB2/0/television.pdf> Erişim Tarihi: 23.06.2013

Miller, Joshua I (2005). "Fashion and Democratic Relationships." Polity. 37(1) : 3-23.

McRobbie, Angela (2002). "Fashion Culture: Creative Work, Female Individualization." Feminist Review. No. 71, Fashion and Beauty: 52-62.

Moran, Albert (1998). Copycat TV: Globalisation, Program Formats and Cultural Identity. Luthon: University of Luthon Press.

Simmel, Georg (1957). "Fashion." American Journal of Sociology. 62(6) : 541-558.

Show Tv İç Yapımlar. (2011, Temmuz 19). Bugün Ne Giysem, [Televizyon yayını]. İstanbul: Show Tv.

Show Tv İç Yapımlar. (2012, Eylül 11). Bugün Ne Giysem, [Televizyon yayını]. İstanbul: Show Tv.

Show Tv İç Yapımlar. (2012, Eylül 12). Bugün Ne Giysem, [Televizyon yayını]. İstanbul: Show Tv.

Show Tv İç Yapımlar. (2012, Eylül 13). Bugün Ne Giysem, [Televizyon yayını]. İstanbul: Show Tv.

Show Tv İç Yapımlar. (2012, Eylül 14). Bugün Ne Giysem, [Televizyon yayını]. İstanbul: Show Tv.

Show Tv İç Yapımlar. (2012, Eylül 17). Bugün Ne Giysem, [Televizyon yayını]. İstanbul: Show Tv.

Show Tv İç Yapımlar. (2012, Eylül 28). Bugün Ne Giysem, [Televizyon yayını]. İstanbul: Show Tv.

Show Tv İç Yapımlar. (2012, Aralık 3). Bugün Ne Giysem, [Televizyon yayını]. İstanbul: Show Tv.

Show Tv İç Yapımlar. (2012, Aralık 21). Bugün Ne Giysem, [Televizyon yayını]. İstanbul: Show Tv.

<http://tvarsivi.com/player.php?i=2012120590020> Erişim Tarihi: 22.01.2013

Swartz, David (2011). Kültür ve İktidar: Pierre Bourdieu Sosyolojisi. Çev., Elçin Gen. İstanbul: İletişim Yayınları.

Tekelioğlu, Orhan (2012). "Bugün ne giysem Azize?" <http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&ArticleID=1082989&CategoryID=42> Erişim Tarihi: 21.01.2013

"Türk Programına Zirve Yakıştı." (2012). Radikal, 20.07.2012 <http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&ArticleID=1094672&CategoryID=4> Erişim Tarihi: 21.01.2013

Van Dijk, Teun A. (1993). Principles of Critical Discourse Analysis, Discourse & Society, Sage (London. Newbury Park and New Delhi), 1993, sayı 4 (2): 249-83.

Van Dijk, Teun A. (2004). From Text Grammar to Critical Discourse Analysis – A Brief Academic Autobiography. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.

Whannel, Gary (1990). "Winner Takes All: Competition." Understanding Television. Andrew Goodwin ve Garry Whannel (der.) içinde. New York & London: Routledge.

Wynne, Derek (2002). Leisure Lifestyles and The New Middle Class: A Case Study. London & New York: Routledge.