



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sosyoloji Anabilim Dalı

Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları

# ANKARA PAVYON KÜLTÜRÜNDE ERKEKLİKLERİN İNŞASI

Deniz ERDOĞAN

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2018



# ANKARA PAVYON KÜLTÜRÜNDE ERKEKLİKLERİN İNŞASI

Deniz ERDOĞAN

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sosyoloji Anabilim Dalı

Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları

Yüksek Lisans Tezi

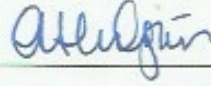
Ankara, 2018

## KABUL VE ONAY

Deniz ERDOĞAN tarafından hazırlanan "ANKARA PAVYON KÜLTÜRÜNDE ERKEKLİKLERİN İNŞASI" başlıklı bu çalışma, 16.01.2018 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.



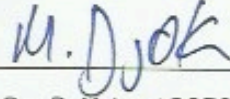
Prof. Dr. AYLİN GÖRGÜN BARAN (Başkan)



Doç. Dr. Aslıhan ÖGÜN BOYACIOĞLU (Danışman)



Doç. Dr. Ayça GELGEÇ BAKACAK



Yrd. Doç. Dr. Mehmet BOZOK



Yrd. Doç. Dr. Rahşan BALAMİR BEKTAŞ

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylanm.

Prof. Dr. Musa Yaşar SAĞLAM

Enstitü Müdürü

## BİLDİRİM

Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim/Raporum sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporumun 2 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

16.01.2018



Deniz ERDOĞAN

## YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin/raporumun tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kâğıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinlerin yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

- Tezimin/Raporumun tamamı dünya çapında erişime açılabilir ve bir kısmı veya tamamının fotokopisi alınabilir.

(Bu seçenekle teziniz arama motorlarında indekslenebilecek, daha sonra tezinizin erişim statüsünün değiştirilmesini talep etmeniz ve kütüphane bu talebinizi yerine getirirse bile, teziniz arama motorlarının önbelleklerinde kalmaya devam edebilecektir)

- Tezimin/Raporumun 14.02.2018 tarihine kadar erişime açılmasını ve fotokopi alınmasını (İç Kapak, Özet, İçindekiler ve Kaynakça hariç) istemiyorum.

(Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir, kaynak gösterilmek şartıyla bir kısmı veya tamamının fotokopisi alınabilir)

- Tezimin/Raporumun.....tarihine kadar erişime açılmasını istemiyorum ancak kaynak gösterilmek şartıyla bir kısmı veya tamamının fotokopisinin alınmasını onaylıyorum.

- Serbest Seçenek/Yazarın Seçimi

14.../02.../2018

  
Deniz ERDOĞAN

## ETİK BEYAN

Bu çalışmadaki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, yararlandığım kaynaklara bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu, tezimin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu, Tez Danışmanının **Doç. Dr. Aslıhan Ögün BOYACIOĞLU** danışmanlığında tarafımdan üretildiğini ve Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesine göre yazıldığını beyan ederim.

*Deniz ERDOĞAN*



## ÖZET

ERDOĞAN, Deniz. *Ankara Pavyon Kültüründe Erkekliklerin İnşası*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2018.

Connell'ın hegemonik erkeklik kavramı, küçük bir azınlık erkeğin bütün iktidar ve güç pozisyonlarını ellerinde tutarak, bunu nasıl meşrulaştırıp tahakkümü var edebildiğini açıklamaktadır. Hegemonik erkeklik bir iktidar konumu olarak; farklı erkek grupları arasındaki güç ve üstünlük mücadelesini anlamayı sağladığı kadar, farklı erkekliklerin nasıl oluştuğunu da sosyal, siyasal ve kültürel manada açıklamaktadır. Erkeklik çalışmalarının akademideki gelişimiyle birlikte, tek bir hegemonik erkekliğin değil, çoklu hegemonik erkekliklerin olduğu yapılan araştırmalar neticesinde ortaya konmuştur. Bu çoklu hegemonik erkeklikler ise, çeşitli kültürel bağlamlarda farklı stratejiler yoluyla inşa edilip, birbirleriyle mücadele içerisine girmektedir. Hegemonik erkekliklerin Ankara pavyon kültüründe nasıl inşa edildiklerini sorgulayan bu nitel alan araştırması, sahadan elde edilen verileri Feminist Duruş Noktası Kuramı'yla yorumlayarak, eril bir mekân- pratik olan pavyonda tek bir hegemonik erkeklik inşasının değil, çoklu hegemonik erkeklik inşalarının olduğunu ifade etmektedir. Yapılan gözlem ve görüşmeler sonucunda elde edilen veriler, Ankara'nın pavyon kültüründe ekonomik ve sembolik sermayeyle inşa edilen çoklu hegemonik erkekliklerin var olduğunu ve bu erkekliklerin birbirleriyle belirli çatışma ve uzlaşma içerisinde olduklarını ortaya koymaktadır.

### Anahtar Sözcükler

**Ankara pavyon kültürü, hegemonik erkeklik, çoklu erkeklikler, Feminist Duruş Noktası Kuramı, mekân-pratik, eğlence**



## ABSTRACT

ERDOĞAN, Deniz. *The Construction of Masculinities in Ankara Nightclub Culture*,  
Master's Thesis, Ankara, 2018.

Connell's concept of hegemonic masculinity explains how a small minority men hold all the power and power positions and how can they legitimize it and dominate the others. Hegemonic masculinity is a position of power; as well as the struggle for power and superiority among different groups of men and also an explanation of how these groups of masculinities are formed. With the development of the masculinity studies in the academy, researches show that there is not a single hegemonic masculinity but there exist multiple hegemonic masculinities in different social, political and cultural contexts. These multiple masculinities are constructed through different strategies in various cultural contexts and struggle in each other. So that, this field study, which interprets the data in accordance with Feminist Standpoint Theory, is questioning how different hegemonic masculinities are constructed in Ankara entertainment culture. The research also reveals that there is not a single hegemonic masculinity construction, but there exist some multiple hegemonic masculinity constructions in that entertainment practice. As a result of observations and interviews, the main finding of this work is, those multiple hegemonic masculinities are constructed through economical and symbolic capitals, which also have been in conflict and reconciliation with each other.

### Keywords

**Ankara nightclub culture, hegemonic masculinity, multiple masculinities, Feminist Standpoint Theory, spaced-practice, entertainment**

## İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY .....	i
BİLDİRİM .....	ii
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI.....	iii
ETİK BEYAN.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT .....	vi
<b>İÇİNDEKİLER .....</b>	<b>vii</b>
DİZİN .....	x
GİRİŞ .....	1
<b>1. BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN KONUSU, AMACI VE YÖNTEMİ.....</b>	<b>8</b>
1.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı.....	8
1.2. Araştırmanın Problemi .....	8
1.3. Araştırma Alanı ve Soruları .....	9
1.3.1. Alan Araştırmasının Yapıldığı Bölgeler.....	10
1.3.2. Ankara’da Hizmet Veren Eğlence Mekânları .....	11
1.3.3. Ankara Gece Hayatında Pavyon/Gazino/ Taverna vb. Olarak Hizmet Veren Eğlence Mekânları.....	13
1.4. Araştırma Sürecinde Karşılaşılan Güçlükler .....	14
1.5. Araştırmanın Yöntemi: Feminist Epistemoloji, Metodoloji Ve Yöntem Tartışmaları .....	15
1.5.1. Nitel Araştırmaya Eklemlenen Feminist Bakış Açısı: Feminist Duruş Noktası Kuramı (Feminist Standpoint Theory) .....	18
1.6. Araştırma Alanının Katılımcıları ve Gözlem Yapılan Mekanlar .....	19
<b>2. BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVESİ.....</b>	<b>23</b>
2.1. Biyolojik Cinsiyet Ve Toplumsal Cinsiyet.....	24
2.2. Eleştirel Erkeklik Çalışmaları Ve Tarihçesi .....	26
2.2.1. Erkeklik Çalışmalarının Temel Sorusu: “Erkeklik Nedir?” .....	28
2.2.2. “Hegemonik Erkeklik” Kavramı.....	32
2.2.3. “Hegemonik Erkeklik” Kavramına Yönelik Eleştiriler ve Tartışmalar .....	36

2.2.4. Eril Tahakküm ve Eril Habitus .....	40
2.3. Türkiye'de Erkeklik Çalışmaları ve Modern Hegemonik Erkekliğin İnşası .....	43
2.4. Modern Erkeklik, Modern Toplumsal Yaşam ve Eğlence Pratiği .....	48
2.4.1. Türk Modernleşme Hareketi, Osmanlı'da Eğlence Anlayışı ve Osmanlı Erkekliği .....	52
2.4.2. Cumhuriyet Dönemi'nde Modern Erkeklik, Modern Eğlence Anlayışı ve Eğlencenin Mekânsal Dönüşümü .....	60
2.4.3. Cumhuriyetin Başkenti Ankara'daki Modern Eğlence Mekanlarının Kent ve Mekan İlişkiselliği Üzerinden Değerlendirilmesi .....	68
2.4.4. Başkent Ankara'nın Eğlence Piyasası ve Pavyonlar .....	73
2.4.4. Alaturka ve Alafranga Eğlence Anlayışı İkiliğinde Pavyonlar .....	77
2.4.5. Mekan, Popüler Kültür ve Eğlence Bağlamında Pavyonlar .....	80
2.4.6. Bir "Erkek Eğlencesi" ve Boş Zaman Pratiği Olarak Pavyonlar .....	82
2.4.7. Bir Erkeklik Alt Kültürü Olarak Pavyon Kültürü ve Ankaralı Erkek İmgesi .....	87
2.4.8. Mekan ve Toplumsal Cinsiyet İkiliği Bağlamında Pavyonların Cinsiyeti .....	92
3. BÖLÜM: ARAŞTIRMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRME .....	95
3.1. Erkekler: Gazino Patronları, Çalışan Erkekler, Müşteri Erkekler .....	102
3.1.1. Gazino Patronları .....	102
3.1.1.1. Mekandaki Gizli Göz ve Orwell'in "Büyük Ağabey" Kehaneti .....	104
3.1.1.2. Ataerkil Rollerin Mekânsal Temsilleri ve Ailenin Koruyucuları Olarak Ağabeylik ve Babalık/Reislik Söylemleri .....	104
3.1.1.3. Adil Yönetici Olmak ve Hakkaniyet İlkesi .....	107
3.1.1.4. Kapitalist Rekabetin Kural Koyucuları olarak Gazino Patronları .....	109
3.1.5. Mafya ve Şiddet Ekseninde Gece Hayatının Güçlü Hükümdarları olarak Gazino Patronları .....	110
3.1.2. Çalışan Erkekler .....	112
3.1.2.1. Çalışan Erkekler ve Hegemonya Söylemi: "Kutsal Emekçi Avantadan Para Yiyen Züppeye Karşı" .....	113
3.1.2.2. Çalışan Erkeklerin Hegemonik Erkeklikle Uzlaşma ve Çatışma Stratejileri .....	114
3.1.2.3. Şiddet Kullanma Yetkisi ve Çalışan Erkekler .....	116
3.1.3. Müşteri Erkekler .....	118
3.1.3.1. Müşteri Erkeklerin Anlatıları Üzerinden Çalışan Erkekler .....	118
3.1.3.2. Müşteri Erkekler ve Şiddet .....	120
3.1.3.3. Müşteri Erkekler ve Konsomatrisler .....	121
3.1.3.4. Erkeklik, Rekabet ve Harcama .....	123

<b>3.2. Çalışan Kadınlar: Konsomatrisler</b> .....	<b>124</b>
<b>3.2.1. Konsomatrisler ve Hegemonik Erkeklik(ler)</b> .....	<b>125</b>
3.2.1.1. Konsomatrislerin Anlatıları Üzerinden Müşteri Erkekler.....	125
3.2.1.2. Konsomatrislerin Anlatıları Üzerinden Gazino Patronları ve Çalışan Erkekler .....	128
<b>3.2.2. Bir Meslek Olarak “Konsomatrislik”</b> .....	<b>129</b>
<b>3.2.3. Konsomatrisliğin Ekonomi-Politik Nedenleri</b> .....	<b>132</b>
<b>3.2.4. Mekan İçi Hiyerarşide Konsomatrisler</b> .....	<b>137</b>
<b>3.2.5. “Haftanın En Çok Kazandıran Kızı”</b> .....	<b>139</b>
<b>3.2.5. Gece Aleminden Bir Kaçış Alternatifi: Evlilik</b> .....	<b>140</b>
<b>3.2.6. Konsomatris’in Pavyon Kültüründe Öznellik ve Bedeni İnşası</b> .....	<b>141</b>
3.2.6.1. Konsomatris Öznelliği .....	141
3.2.6.2. Konsomatris Bedeni.....	142
3.2.6.3. Bedenlerine İşkence Çektiren Kadınlar .....	144
<b>4. BÖLÜM: SONUÇ VE DEĞERLENDİRME</b> .....	<b>148</b>
<b>KAYNAKÇA</b> .....	<b>158</b>
<b>EKLER</b> .....	<b>172</b>
<b>Ek 1: Gönüllü Katılım Formu</b> .....	<b>172</b>
<b>Ek 2: Mekan İşletmecileri/Sahipleri için Sorular</b> .....	<b>173</b>
<b>Ek 3: Konsomatrisler için Sorular</b> .....	<b>175</b>
<b>Ek 4: Çalışan Erkekler için Sorular</b> .....	<b>177</b>
<b>Ek 5: Müşteri Erkekler için Sorular</b> .....	<b>179</b>
<b>Ek 6: Ankara’da Hizmet Veren Gazinolar/ Pavyonlar/ Taverna vb. Eğlence Mekanları</b> <b>180</b>	
<b>Ek 7. Etik Kurul Komisyonu</b> .....	<b>182</b>
<b>Ek 8. Tez Orjinallik Formu</b> .....	<b>183</b>

## DİZİN

### TABLolar DİZİNİ

<b>Tablo.1 Ankara’da Bulunan Eğlence Mekanlarının Bölgesel Dağılımı.....</b>	<b>11</b>
<b>Tablo.2 Ankara’daki Eğlence Mekanlarının Bölgesel Dağılım Yoğunluğu ....</b>	<b>12</b>
<b>Tablo. 3 Ankara Gece Hayatı Pavyon, Gazino, Taverna, vb. Eğlence Mekanları.....</b>	<b>13</b>
<b>Tablo.4 Ankara’da Pavyon/Gazino/Taverna ve Oyun Havaları Eğlencesi Veren Mekanların Bölgelere Göre Yoğunluk Oranları.....</b>	<b>13</b>
<b>Tablo.5 Katılımlı Gözlem Yapılan Mekanlar .....</b>	<b>18</b>
<b>Tablo.6 Gazino Patronlarıyla Yapılan Görüşmeler.....</b>	<b>19</b>
<b>Tablo.7 Çalışan Erkeklerle Yapılan Görüşmeler.....</b>	<b>19</b>
<b>Tablo.8 Konsomatrislerle Yapılan Görüşmeler .....</b>	<b>19</b>
<b>Tablo.9 Müşteri Erkeklerle Yapılan Görüşmeler .....</b>	<b>20</b>
<b>Tablo.10 Pavyon İçindeki Görev Hiyerarşisi .....</b>	<b>89</b>
<b>Tablo.11 Pavyon İçi Toplumsal Cinsiyet Hiyerarşisi .....</b>	<b>91</b>
<b>Tablo.12 Ankara İlinde Faaliyet Gösteren Gece Eğlence Mekanlarında Konsomatris Olarak İstihdam Edilen Kadın Sayısı .....</b>	<b>121</b>
<b>Tablo.13 Ankara İlinde Faaliyet Gösteren Gece Eğlence Mekanlarında Konsomatris Olarak İstihdam Edilen Kadın Oranı .....</b>	<b>121</b>
<b>Tablo.14 Konsomatrislerin Mekan İçi Hiyerarşideki Konumları.....</b>	<b>127</b>

## GİRİŞ

Sahadaki feminist kuramcılar, uzun yıllardır cinsiyet hiyerarşilerinin, erkek üstünlüğüne dayalı toplumsal düzenlerin, kadınlar açısından yarattığı sonuçları ve bunların çözüm yollarını tartışmaktadırlar. Öte yandan, erkek egemenliğinin erkekler açısından ne ifade ettiği ve nasıl yaşandığı konusu da meselenin öteki yüzü olarak halen toplumsal araştırmaların çok üzerinde durmadığı bir konudur. Aslında kadınların ezilmişliğini anlamak kadar, erkeklerin iktidar konumlarını nasıl sürdürdüklerini ve tahakkümü nasıl inşa ettiklerini anlamak da önemli olmalıdır. Çünkü, biz araştırmacılar için, kadınların ezilmişliğe nasıl boyun eğdiklerini anlamak kadar erkeklerin tahakkümü nasıl gerçekleştirdiklerini de mikro-politik düzeyde anlamak, cinsiyetlendirilmiş iktidarın doğası hakkında daha bütüncül bilgiler elde etmemizi olanaklı kılar. Serpil Sancar'ın, ülkemizdeki akademik erkeklik literatüründe en önemli kaynaklardan biri olan “*Erkeklik: İmkansız İktidar*” (2009) adlı kitabında da ifade ettiği üzere, cinsiyetlendirilmiş toplumsallığın daha bütüncül bir eleştirisini yapmak bu sayede mümkün olur. Zira, Ankara pavyon kültüründe erkekliklerin inşasını ve eril mekanlar olan pavyonların cinsiyetlendirilmiş toplumsallıklarını mikro-politik düzeyde irdelemek, feminist bir araştırmacı için teknik ve özellikle manevi zorlukları olan da bir süreçtir.

Tipik bir feminist araştırmada kadın araştırmacı(lar), feminist metodolojilerden yararlanarak, genellikle kadınlardan oluşan saha öznelerini empati yardımıyla anlamaya çalışırken, bu aktörlerle empati kurarak, onların güçlenmelerine ve özgürleşmelerine katkıda bulunmayı hedeflerler. Öte yandan, feminist bir kadın araştırmacının, ataerkilliğin esas faileri ve yarar sağlayıcıları olarak erkekleri, kadınların arzu nesnelere indirgendiği eril pratiklerle inşa edilen bir alt-kültür sahasında araştırması ve sahanın özneleri olarak hem baskın erkeklikler hem de ötekileştirilen kadınlarla empati ilişkisine girmeye çalışması özünde belirli çelişkiler yaratır.<sup>1</sup> Bu çelişkiler ise özellikle araştırmacının hem kendisiyle, hem savunduğu yaklaşımla hem de yararlandığı metodolojiyle ilişkisinde oluşur. Buna göre, *Saha Çalışmasında Feminist İkilemler* adlı çalışmasında Diane Wolf, sahadaki feminist ikilemlerin iktidar meselesiyle bağlantılı olarak feminist teori ve epistemolojideki kaymaları yansıtarak zaman içinde değişime uğradıklarını belirtir. Sahadaki feministlerin en merkezi handikabı olarak iktidar ve eşitsiz hiyerarşiler, sıklıkla saha araştırması ve sonrasında da sürdürülüp, yeniden yaratılmaktadır ve iktidar

<sup>1</sup> Bakınız: Bozok, M. (2013). Eleştiren ile Eleştirilenler Arasında Nazik Karşılaşmalar:(Pro) Feminist bir Yaklaşımla Trabzon'da Erkeklikleri İncelemek . *Fe Dergi* , 6 (1), 78-89

meselesi ise birbirleriyle ilişkili olarak üç farklı boyutta incelenmektedir. Bu boyutlardan ilki, araştırmacının ve araştırılanın ırk, cinsiyet, sınıf, milliyet, yaşam standartları, kırsal-kentsel kökenlilik gibi farklı konumlanışlarından kaynaklanan iktidar farklarıdır. İkincisi, araştırma süreci boyunca uygulanan iktidar ile araştırma ilişkisinin tamamlanması ve bu süreçte ortaya çıkan eşitsiz alışveriş ya da sömürü gibi olgulardır. Üçüncü boyut ise, saha çalışmasından sonraki süreçte yine bir iktidar pratiği olarak yorumlanan, verileri yazma ve gerçekliği temsil etme gibi edimlerden meydana gelmektedir. Buna göre, Wolf'un feminist paradigmasına bina edilen bu saha çalışması, Ankara pavyonlarındaki hegemonik erkeklik gerçekliğinin, nasıl oluşturulup temsil edildiği sorusunu yanıtlamaya da odaklanmaktadır. Zira alanda nihai olarak oluşturulan bir toplumsal cinsiyet gerçekliğinden bahsetmek, bu çalışmayı pozitivist bir alana kaydırma tehlikesine düşüreceğinden dolayı, ben özellikle pozitivism sonrası yorumlayıcı paradigma ışığında hem bir feminist araştırmacı olarak kendi saha deneyimlerimi göz önüne aldım, hem de sahada görüşme yaptığım öznelerin anlatılarını Feminist Duruş Noktası kuramı ışığında yorumlamaya çalıştım. Şehir hayatında, belirli kurallar ve edimlerle üretilen bir eğlence alt-kültürünün özneleri olarak, erkeklerin ve kadınların, birbirleriyle dönüşümsel olarak inşa ettikleri toplumsal gerçeklikler, çalışmamın odaklandığı en önemli boyutlardan biridir. Bir araştırmacı olarak kanaatim ise, toplumsal cinsiyet olgusunun eşitsiz hiyerarşilerle yapılan bir sahada nasıl oluşturulduğu, feminist yorumlayıcı paradigma ışığında görüşme yapılan öznelerin anlatılarına yer vererek daha bütüncül bir biçimde anlatılabilir.

Bir konuyu araştırmaya, o konu hakkında araştırma yürütmeye başlamanın ilk adımı kişisel ve özel sebeplere dayanır. Konunun kuramsal boyutları ise sonraki adımda devreye girerek, araştırmacı tarafından ayrıntılandırılır. En soyut ve kuramsal araştırmaların ilk adımının kişisel ve öznel olması, Zygmunt Bauman'ın "*Sosyolojik Düşünmek*" (1998) adlı eserinde de belirttiği gibi, kişilerin kendi içinde yaşadıkları dünyalara anlam verme, açıklama getirme ve çözüm bulma arayışlarının bir ürünüdür. Dolayısıyla biz araştırmacılar, çalışmak üzere seçtiğimiz alanlarda kendimize dert edindiğimiz kişisel meselelere cevaplar ararız. Öte yandan, C.W. Mills'in "*The Sociological Imagination*" (1967) başlıklı eserinde de değindiği gibi, gündelik hayatlarımızda sadece kendimizin deneyimlediğimizi zannettiğimiz kişisel sorunlar, aslında toplumsal yapının da ürünü olan ve birçok kimseyi de etkileyen toplumsal olgulardır. Yine Mills'in deyişiyle, bu toplumsal olguların inşa edildiği seviyeye de, "sosyolojik imgelem" vasıtasıyla ulaşırız. Böylece, alan araştırmaları aracılığıyla ve aslında salt bize özgü olarak tanımladığımız fakat öyle olmayan kişisel meselelerimizin tarihsel, toplumsal ve psikolojik yönlerini de anlayabilme ve onlara bilimsel açıklama getirebilme olanağına nail oluruz. Bu

durum bir taraftan da kişisel olanı politik düzleme yerleştiren feminist araştırmanın asıl meselesine kapı aralar; kişisel ve toplumsal dertler, siyasi ve akademik düzlemlere alan araştırmaları sayesinde aktarılabılır.

Benim bir araştırmacı olarak bu araştırmaya başlamadan önceki kişisel meselem, Ankara'daki gece hayatının ve eğlence pratiklerinin nasıl işlediği konusuydu. Toplumsallaşmış öznelliğimin inşa edildiği kültürel düzlem, eğlence için pavyonu tercih eden toplumsal aktörlerin kültürel düzlemlerinden ayrılmaktaydı. Bu ayrışma beni, bir taraftan meselenin öteki boyutu olan kültürel ve toplumsal farklılıklar zeminine bir taraftan da benim toplumsal konumuma fazlasıyla karşıt olan toplumsal cinsiyetin inşa edildiği bir kültürel zemine sürükledi. Söz gelimi, araştırma başında yola Ankara'nın eğlence pratiklerinden çıkarken, yolun sonunda geldiğim nokta, Ankara'nın eğlence kültüründe bir alt-kültür olarak inşa edilen pavyon kültürü ve bu kültürü inşa eden aktörler olan erkekler oldu. Erkekliği, feminist bir bakış açısıyla böyle bir sahada dert edinmemin dayandığı diğer faktörler ise, erkeklerin sahip oldukları sermayeler dolayımında bu alanda kurdukları iktidar olgusu, iktidara sahip olma araçları ve yine iktidarı temsil ediş biçimleriydi. Ankara'nın genellikle gündüzleri yolumun düştüğü bazı bölgelerinde sayıca fazla olan, gündüzleri kapalı geceleri faal olan pavyonlarına kimler gidiyordu? Bu mekanların sahibi kimlerdi? Yine bu mekanlarda kimler çalışıyor ve nasıl bir eğlence biçimi servis ediliyordu? Araştırmanın başında sorduğum birbirleriyle ilişkili bu tarz sorular, sonradan araştırmamı tematik bir düzleme konuşlandırmama yardım edecek bir meseleye bağlandı. Bu mesele ise özünde iktidarla bağlantılı olan ve akademik çevrelerin belki de uzun yıllardır toplumsal cinsiyet düzleminde dert edindiği "hegemonya" kavramıyla irdelenebilirdi.

Feminist bir araştırmacı olarak, meşakkatli bir alan deneyiminden sonra, bu araştırma için sormuş olduğum esas sorum; "Ankara pavyon kültüründe hegemonik erkekliğin nasıl kurulduğu ve temsil edildiği" üzerine bina edildi. Öte yandan ben, erkekliğin kültürel temsili ve inşasını yeknesak bir ataerki tanımlaması ile ele almaktan özellikle kaçındım, ki ataerki, feminist araştırmalarda ve kadın çalışmalarında çokça temel alınan konulardan biridir. Ataerki yapı ise, özellikle kadınların tabi konumları- ezilmişlikleri- konusunda yapılan araştırmalarda irdelenen bir konudur. Erkeklik Çalışmaları ise ataerkinin tekdüze, değişmezlik durumunu irdeler ve tek bir erkekliğin değil, birbirinden farklı birçok erkekliklerin bulunduğunu ifade eder. Dolayısıyla pavyon kültüründe inşa edilen hegemonik erkeklik(ler), ataerki yapı ile açıklanabilecek kadar basite indirgenebilecek ve hakkında tekdüze bir açıklama yapılabilecek bir husus değildir. Buna



göre hegemonik erkekligi açıklama konusunda, eleştirel erkeklilik çalışmaları ve feminist paradigma, bana böylesine kompleks bir konuda özellikle yardımcı oldu. Çünkü her şeyden öte, erkeklilik olgusu dinamikdir, temsil biçimleri alanlara, zamana ve mekanlara göre değişmektedir.

Erkeklilik konusunda yaptığım bu çalışmanın başlangıcındaki amacım, ülkemizde erkek eğlence mekanları olarak adlandırılan pavyonları, hem feminist bir araştırmacı olarak, hem de yapı karşısında kendi toplumsal cinsiyet ezilmişliğini merkeze alan bir kadın olarak deneyimlemektir. Ankara'daki pavyonlar özellikle patronları ve mekan çalışanları tarafından her ne kadar "kamusala açık" ve her kesimin gidip eğlenebileceği mekanlar olarak tanımlansalar da, bu eğlence alt kültürünü belirleyen ve bu kültürü belirli eril pratiklerle şekillendiren kurucu aktörler, farklı sermayelere sahip olan ve hegemonya ile özdeş olarak öznellik inşa eden erkeklerdir. Öte yandan, sermaye ve toplumsallaşmış öznellikler bağlamında bölgesel olarak değerlendirildiğinde pavyonlar, eril mekan pratikler olarak kendi aralarında da belirli farklılıklar dolayımında ayrılmaktadır. Buna göre, örneğin, Ulus'taki bir pavyonun fiziksel tasarımı ve mekan içi dinamikleri ile Maltepe'de bulunan bir pavyonunkiyle benzerliklere sahip olsa da, çoğu mekan-pratikler ve fiyatlar konusunda birbirinden ayrılmaktadır. Burada da toplumsal sınıf kavramını merkeze alan katı bir tanımlama yerine, meselenin ekonomik, kültürel ve sembolik sermayeye dayanan çoklu katmanlarla tanımlanması daha makul olacaktır.

Araştırmanın başlangıç aşamasında, sahadaki mekanlara ve katılımcılara ulaşma kanalım neredeyse yoktu. Alana ulaşmak için öncelikle bağlantılar oluşturmam gerekiyordu. Bunun için yakın çevremdeki erkeklerden destek aldım ve çoğu katılımcıya da yine onların vasıtasıyla ulaşabildim. Sadece kendi çabamla ulaşarak katılımlı gözlem ve görüşme yapabildiğim iki mekanın birinde tek başıma gözlem ve görüşme yaparken, diğerinde ise bir erkek tanıdığımın refakatinde, araştırmacı kimliğimi gizleyerek gözlem ve görüşme yapabildim. Tek başıma gözlem ve görüşme yaptığım Maltepe'deki mekanın sahibine, yakın çevremden bir tanıdığım vasıtasıyla ulaştım ve gözlem ve görüşme yapmadan önce, araştırma yapacağımı belirterek, yarı-yapılandırılmış mülakat sorularım hakkında kısa bir açıklama yaptım.

Gözlem yaptığım Ulus'taki bir mekanda ise, mekanın patronuyla görüşebilme şansım yoktu ve çalışanıyla yaptığım görüşmede, onun tavsiyesi üzerine mekanda bulunma nedenimi ve kimliğimi gizleyerek ancak bir konsomatrisle görüşebildim. Hatta bunun için konsomasyon

yapmak zorundaydım çünkü diğer türlü şef garson “hiçbir kadının benimle bir şey konuşmayacağını” ifade etti. Konsomasyon sırasında ise görüştüğüm kadının orada ne işim olduğunu sorgulaması üzerine, pavyonun benim için “kişisel bir merak” olduğunu belirterek onunla iletişim kurabildim. Dolayısıyla benim nezdimde, araştırma sırasında karşılaştığım belki de en büyük engellerden biri, mekanlardaki çalışanların ve bazı müşterilerin konuşmaktan kaçınmasıydı. Erkeklerin susması, bana yönelik toplumsal cinsiyetimden kaynaklanan bir tepkiydi. Öte yandan, kimi zaman konsomatrisler de konuşmaktan kaçındılar. Bunun farklı sebeplerle geliştirilen bir savunma mekanizması olması ve görüşmenin kendilerine yönelik olası bir tehlike gibi kodlanması sebepleri yüzünden, kadınların bir oto-sansür uyguladıklarını düşünmekteyim. Tüm bu karşılaşmış olduğum neticelerden dolayı araştırmama bazı sınırlılıklar koymak zorunda kaldım. Bu sınırlılıkların keyfi değil, tamamen zorunluluk ve kısıtlılıktan ötürü koyulduğunu belirtmek isterim. Her ne kadar çalışmanın sahası Ankara’nın üç bölgesi olarak; Ulus’ta, Cebeci’de ve Çankaya’da bulunan pavyonlardan oluşsa da, Cebeci bölgesinde bulunan mekanlar, araştırmanın yapıldığı zaman zarfında diğer iki bölgeye kıyasla faal değildiler. Dolayısıyla Cebeci’de bulunan bir mekan içerisinde katılımlı gözlem yapabilme olanağı bulamadım. Bunun yerine, o bölgedeki pavyonlara giden müşteri erkeklerle ulaşmaya çalıştım.

Alan araştırması sırasında görüşme yaptığım erkek katılımcıların bazıları, pavyon eğlencesini mahrem bir alan olarak muhafaza ettiklerini belirterek, kadın bir araştırmacıya bunları söylemenin “erkeklik raconuna” ters olduğunu ifade ettiler. Bundan dolayı konsomatrislerle giriştikleri cinsellik mübadelesi hakkında konuşmaktan kaçınanlar oldu. Yine bazı katılımcılar, yaşım ve toplumsal cinsiyetimden ötürü böyle bir alanda niçin araştırma yaptığımı sorguladılar, bu alanın bir “kadın” için “tekinsiz” bir alan olduğunu söylediler. Kimisi tamamen görüşmeyi reddederken, kimisi görüşme boyunca oldukça çekimser davrandı. Kimisi de oldukça rahat davranarak, deneyimlerini açıkça anlattı.

Ankara pavyonu denildiğinde birçok kimsenin tahayyülünde çizilen imgelem, Ankara havaları eşliğinde konsomatrislerin erkekleri eğlendirdiği ve yeme-içmenin pahalı olduğu bir eğlence mekanı şeklindedir. Çoğu kimse tarafından böyle imgelenen bir mekana ise, özellikle “Ankara’nın kabadayıları” ya da bir piyangodan çıkan parayı kontrolsüz derecede harcayan erkekler gidiyor. Fakat araştırma, böylesine genel geçer bir tasarım sunmaktan ziyade, “kabadayı” olarak kodlanan erkeklerin ne tarz bir iktidar alanında kurgulandıklarını, Ankara havasının bir popüler kültür ürününe dönüşerek pavyonlarda nasıl tüketildiğini, kadın

cinselliğinin ve ideal erkek imajının metalaştırılarak nasıl pazarlandığını ve pavyon eğlencesinin ne gibi dinamiklerle kurulduğunu da tarihsel olarak açıklama derdine de düşüyor. Buna göre, pavyonlardaki hegemonik erkekliklerin inşa süreçlerindeki başat araçları da irdeleyerek, bunların kavramsal tanımlamasını da yapmaya çalışıyor.

Öte yandan Ankara pavyonlarında tek bir hegemonik erkekliğin değil, birçok hegemonik erkekliğin kurulduğuna odaklanan bu çalışma, erkekleri kategorize etme eğiliminden uzak durarak, erkeklikleri birbirleriyle özdeş biçimde ve farklı iktidar alanlarında inceliyor. Dolayısıyla erkeklerin bu araştırmada üç farklı grupta incelenmesi, hegemonik erkekliği tek bir katmanda değil, birçok katmanla ve etkileşimde olduğu aktörlerle birlikte sunma çabasından ibaret.

Kategoriler halinde bu çalışmada sunduğum üç farklı hegemonik erkeklik biçimi kendi aralarında belli durumlarda ayrışırken, birçok yönden ortak iktidar araçlarına da sahipler. Sahip oldukları sermayeler, erkekler tarafından birbirlerine benzer eril çıkarlara ulaşma adına kullanılmaktadır. Konsomatrisler ise eril çıkarların bina edildiği hemen hemen her boyutta birçok role sahipler ve hegemonik erkeklikleri yapılandıran önemli aktörler. Bu çalışmada erkekler ve kadınlar olmak üzere iki farklı başlık atarak, pavyon kültürünün tüm bileşenlerini, birbirleriyle uyumlu ve birbirlerinden ayrıştıkları düzlemlerde irdeledim. Böylece meselenin derin boyutuna inebilmek kolaylaştı ve meseleyi bütünsel bir çerçeveden kavramak, daha makul ve daha verimli hale geldi.

Nitekim mekan içerisinde kurulan hiyerarşiye özellikle odaklandığım 3. Bölümde, konsomatrisleri ayrı bir bölüm altında daha ayrıntılı inceleme sebeplerimden birisi de, eşitsiz iş bölümünde kadınların hangi ekonomik ve siyasal süreçlerden geçerek bu mesleği icra ettiklerini sorgulamaktı. Zira, genel olarak Türkiye’de, yerel olarak da Ankara’da büyük bir istihdam sektörü haline gelen eğlence sektörünün pavyon, taverna, gazino vb. eğlence biçimlerini servis eden mekanlarında, kadınlar, büyük bir iş gücü oluşturmaktalar. Dolayısıyla konsomatrisliğe dair bir ekonomi-politik eleştiri yapmanın da yararlı olduğu kanaatindeyim. Bu hususu ise konsomatrisleri incelediğim bölümde derinlemesine irdeledim.

Çalışmaya başlamadan önce ve alan araştırması sırasında erkeklığe dair öngörülerimden birisi, Ankara pavyon kültürünün popüler kültür düzleminde parayla satın alınabilen ve bir meta olarak tüketilebilen bir tür erkeklik imajını piyasaya sunmasıydı. Bu eril imaj, eğlence konusunda muhafazakar ve yerel-kültürel değerlere bağlılığıyla kendini hegemonikleştiren bir “Ankaralı erkek” imgesiydi. Müşteri erkeklerle yaptığım görüşmelerin çoğunda bu imgenin belli temsillerine, hem sembolik hem de söylemsel aşamalarda tanık oldum. Yine bu imge, Ankara’daki bir pavyona giriş bileti gibi, görüştüğüm hemen hemen her müşteri erkek tarafından temsil edilmekteydi. Ben bu durumu, kültür endüstrisinin pavyon alt-kültüründeki eğlence ve boş zaman aktivitesi olgularını belirli iktidar süzgeçlerinden geçirerek, bu alandaki erkekler için ulaşılması gereken bir hedef haline getirmesi olarak yorumluyorum. Ankaralı erkek imgesi, erkeklerin bu alanda ekonomik sermayeleriyle elde ettikleri bir meta, adeta bir kimlik gibi sunuluyor. Meseleye popüler kültürle şekillendirilen bir tür erkeklik imgesinin meta olarak piyasaya sunulması ve bu metanın kitlesel olarak tüketilmesi bağlamında bakmam da, sonuca daha kontrollü bir şekilde ulaşmamı sağladı.

Hegemonik erkeklikleri Ankara pavyonlarında araştırdığım bu çalışma, dört bölümden oluşmaktadır. İlk Bölüm, en genel hatlarıyla araştırmanın amacı, konusu ve yöntemi hakkında bilgi verirken, İkinci Bölüm, çalışmaya ilişkin kavramsal ve kuramsal çerçeve hakkında detaylı bilgiler sunmaktadır. Üçüncü Bölüm, araştırma bulguları ve analizlerden oluşurken, Dördüncü Bölüm, araştırmanın sonuçlarının değerlendirildiği bölümdür. Öte yandan, Ekler bölümünde, katılımcılarla yapmış olduğum görüşmelerde sorduğum soruları, Ankara’da araştırma süresi boyunca faaliyet gösteren tüm pavyonların isimlerini ve gönüllü katılım formunu ekledim. Bir araştırmacı olarak çalışmama dair son yorumum ise, böylesine meşakkatli bir alan araştırmasının ülkemdeki akademik Eleştirel Erkeklik Çalışmaları literatürüne önemli katkılar sağlayacağı üzerinedir.

## **1. BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN KONUSU, AMACI VE YÖNTEMİ**

### **1.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU VE AMACI**

Bu çalışmanın yanıtlamak istediği temel soru; Ankara pavyonlarında erkekliklerin mekânsal olarak nasıl inşa edildiği ve nasıl temsil edildiğidir. Öte yandan araştırma, eril bir mekân-pratik ve özellikle erkeklere yönelik eğlence servis eden kamusal eğlence mekanları olan Ankara pavyonlarında, erkekliklerin hangi iktidar araçlarıyla nasıl kurulduğu sorusuna yanıt vermeyi amaçlamaktadır. Türkiye'deki eğlence mekânlarının ataerkil-kapitalist çözümlenmesine yerel bir ölçekte erkeklik temsilleri üzerinden katkı yapmayı amaçlayan bu çalışma, pavyonların toplumsal cinsiyet ve emek hiyerarşisini mekânsal olarak nasıl ürettiklerini de irdelemektedir.

### **1.2. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ**

Ankara pavyonlarının erkek eğlence mekânları olduklarının kabulünden hareketle, araştırmanın konusu erkekliklerin mekânlardan bağımsız olarak kurulmadıklarının üzerinde bina edilmektedir. Öte yandan, toplumsal bir iktidar konumu olan erkekliğin hegemonik örüntülerinin ve bunlara bağlı olarak eğlence alt kültüründe farklı temsillerinin olması da kaçınılmazdır. Araştırma bu sayılılar göz önüne alınarak yapılmış ve hegemonik erkeklik inşaları Ankara eğlence kültürünün bir parçası olan belirli kültürel kodlar, tarihsel dinamikler ve performanslarla şekillenerek bir alt kültür haline gelen pavyon kültüründe ele alınmıştır. Bu çalışma genel anlamda müşteri erkeklerin ekonomik sermaye aracılığıyla mekânsal olarak nasıl hegemonya kurduklarını açıklamaya çalışırken, Ankara eğlence kültürünü tarihsel ve politik açıdan ele alan araştırmalara referanslarda bulunarak hegemonik erkekliği yerel bir kültürel ölçekte ve eğlence pratiğiyle ele almıştır. Bu açılarından ele alındığında çalışma, Türkiye'de akademik bir alan haline gelen eleştirel erkeklik çalışmaları literatürüne önemli bir katkı sağlaması bakımından önemlidir. Zira feminist bakış açısıyla yapılan bu alan araştırmasının kuramsal sonuçlarının ve yöntemsel süreçlerinin toplumsal cinsiyet temelinde yorumlanmaya da açık olması, araştırmayı her iki alanda da yapılması mümkün olan gelecekteki akademik çalışmalar için kuramsal ve yöntemsel olarak başvurulabilir bir kaynak haline getirmektedir.

### 1.3. ARAŞTIRMA ALANI VE SORULARI

Araştırmanın sahası Ankara'nın Ulus, Cebeci ve Çankaya bölgelerindeki pavyon/gazino/taverna olarak hizmet veren eğlence mekânlarıdır. Öte yandan çalışmanın ana problemi doğrultusunda cevaplamayı amaçladığı sorular şunlardır:

- Ankara'da Ulus, Cebeci ve Maltepe civarında faaliyet gösteren pavyon/gazino/taverna vb. eğlence mekân/pratiklerinde belirli bir hegemonik erkeklik inşası mı yoksa birçok hegemonik erkeklik inşaları mı vardır?
- Bu hegemonik erkeklik/erkeklikler sahip oldukları iktidar alanlarına göre nasıl gruplandırılabilir?
- Erkekliğin kendi konumunu sorgulama dışı tuttuğu bir iktidar alanı olması gerçekliğinden hareketle, pavyon ve gazinolarda çalışan konsomatris kadınların eril tahakkümle olan ilişkisellikleri, erkekler tarafından nasıl ifade edilmektedir?
- Konsomatrisler, hegemonik erkeklik/erkeklikler ile hangi konuda çatışmaya ve hangi durumlarda anlaşmaya girişmektedirler? Söz konusu iki farklı süreçteki ilişki stratejileri nelerdir?

Bu sorulara makul cevaplar verebilmek için öncelikle, Ankara pavyon kültüründe farklı farklı hegemonik erkekliklerin hangi iktidar araçlarıyla ve nasıl inşa edildiklerini irdeleyerek, hepsini salt bir kategoriye koymamak makul olacaktır. Dolayısıyla çalışmada erkekliklerin pavyonda sahip oldukları iktidar alanlarına, sermayelerine ve performanslarına göre yorumlanması özellikle dikkate alınmıştır. Öte yandan çalışma Sancar'ın da ifadesiyle; “modern iktidar ilişkilerinin vazgeçilmez temellerinden biri olan eril tahakkümün işleyişini anlamak için erkekler arasında bir ortak çıkar alanı aramaktan ziyade, iktidar ilişkilerinin oluşumunda düğüm noktası olan en stratejik habitusların, eril imgelerin, patriarkal kurum politikalarının” (Sancar, 2011:18) ve kapitalist sistem ve popüler kültür içerisindeki ekonomik rantının oldukça yüksek oranlarda seyrettiği hem işyerleri hem de eğlence mekânları olarak pavyonların, erkeklik(ler) adına neleri ürettiğine bakarak, bunların toplumsal ilişkilene biçimlerini anlamayı amaçlamaktadır.

### 1.3.1. Alan Araştırmasının Yapıldığı Bölgeler

Bu alan araştırması, çalışma bölgesi olarak geniş ölçekte Ankara'nın Ulus, Cebeci ve Çankaya bölgelerini, küçük ölçekte ise bu bölgelerde geceleri pavyon/gazino ve taverna olarak faaliyet gösteren eğlence mekânlarını merkezine almıştır. Buna göre ilk olarak Ankara'da özellikle geceleri faaliyet gösteren eğlence mekânlarının tümü hem araştırmacı tarafından gerçekleştirilen bölgesel ziyaretlerle hem de çevrimiçi haritalarla taranmış (Google Maps uygulamasına da bu süreçte çokça başvurulmuştur) ve genel anlamda Ankara gece hayatında faal olan mekânları tablolar halinde sunmaktadır.

Alandan elde edilen verilere göre; Ankara eğlence hayatında aktif olarak hizmet veren tüm eğlence mekânlarının toplam sayısı 601'dir. 601 mekânın 95'i pavyon/gazino/taverna/Ankara oyun havaları konseptli gece kulüpleri olarak hizmet vermektedir. Geriye kalan 506 mekân bu araştırmanın sahasına dâhil edilmeyen mekânlar olan pub/bar/meyhane/gece kulübü/alkollü restoran olarak hizmet vermektedir. Araştırma alanına sundukları eğlence içerikleri bakımından dâhil edilmeyen mekânların bölgesel dağılım raporları da, Ankara'nın eğlence kültürünün dinamik olduğu bölgeler ve araştırma sahasının yoğunlaştığı bölgelerin birbirleri arasındaki benzerlik ve farklılıklarına dair fikir sunabilmeleri açısından önem teşkil etmektedir.

Öte yandan, bu araştırmanın alanı kendine özgü bir terminolojiye sahiptir ve pavyon kültürüne özgü bazı kavramlar bulunmaktadır. Bu kavramlar da hem teorik hem de işlevsel olarak gözlemlenebilir özelliklerle aşağıdaki gibi tanımlanmışlardır;

**Gazino:** *i.* Yemek yenilen, gösteri izlenen, kimi kez de kimi bölümlerinde kumar oynanan eğlence yeri; *ii.* Büyük kahvehane ya da birahane (Püsküllüoğlu, 2003)

**Taverna:** Çalgılı meyhane (2003).

**Pavyon:** *i.* Bir kuruluşun, bir kurumun, bir bahçe içinde ayrı ayrı yerlerde bulunan yapılarından her biri; *ii.* Bir fuarda bağımsız sergileme yeri; *iii.* Gece geç saatlere değin açık olan, çalgılı, *konsomatrisli*, dansözlü ve içkili eğlence yeri (2003).

**Konsomatris:** Bar, gazino gibi eğlence yerlerinde müşterinin masasına çağrılabilen, müşterisiyle birlikte yiyip içerek, konsomasyon yapılan ve çalıştığı yere kazanç sağlayan kadın (2003).

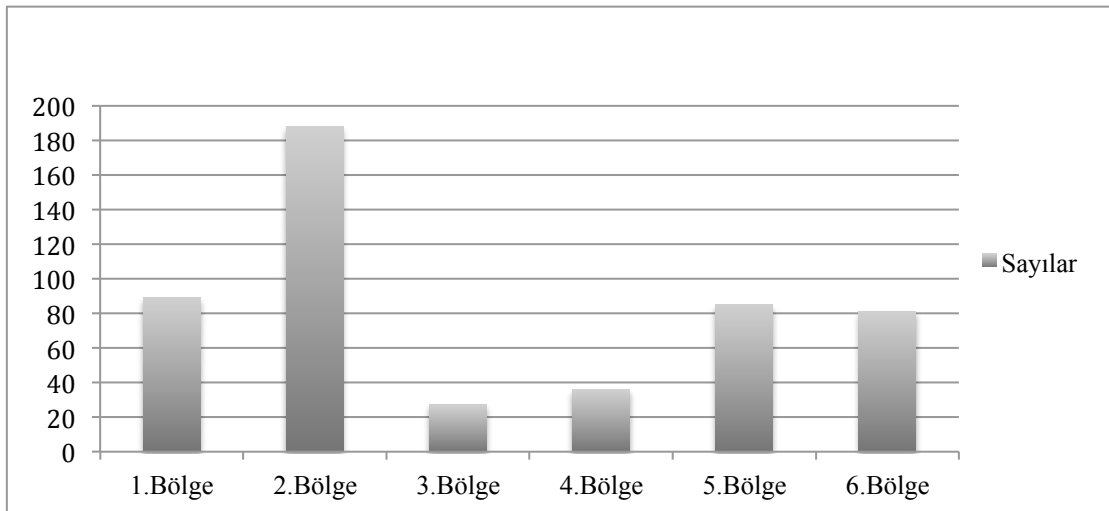
**Konsomasyon:** *i.* Bar, gazino gibi eğlence yerlerinde yenilip, içilen şey; *ii.* Böyle yerlerde yiyip içme (2003).

**Sahne:** Pavyonda bir erkekle kadının platform olarak kullanılan yüksek yerde karşılıklı dans etmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu danstan sonra sahnede içki içilir; fiyatı standart bir konsomasyon ücretine oranla daha yüksektir.

### 1.3.2. Ankara’da Hizmet Veren Eğlence Mekânları

Ankara’da pavyon/gazino/taverna eğlencesinden ayrılan diğer alkollü pub/bar/meyhane/restoran ve gece kulübü mekânlarının bulunduğu bölgeler, 6 bölge olarak ayrılmıştır. Ankara’da araştırma odağından dışarıda kalan eğlence mekânları ve bu mekânların bölgesel olarak dağılımı Tablo.1.’de aşağıdaki gibi raporlanmıştır.

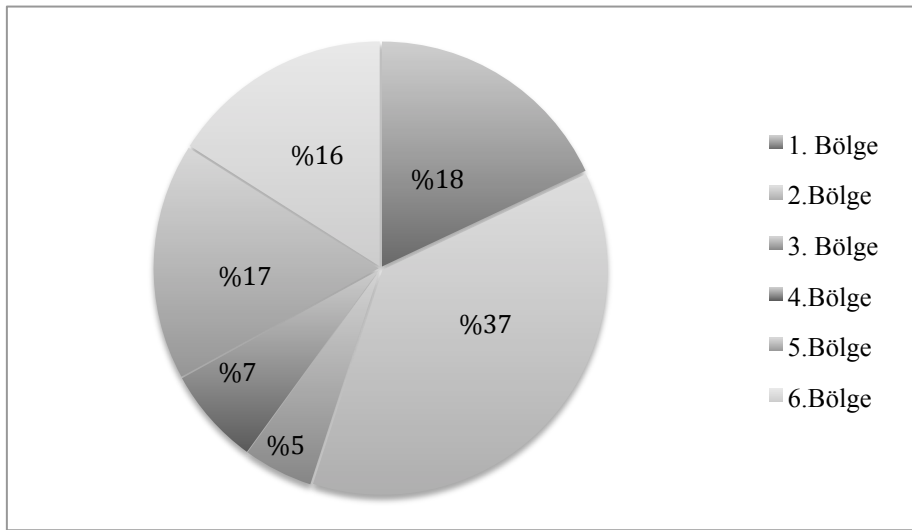
**Tablo.1 Ankara’da Bulunan Eğlence Mekânlarının Bölgesel Dağılımı**





1. **Bölge:** Kızılay, Sakarya Caddesi, Meşrutiyet Caddesi, Karanfil Sokak, Konur Sokak, GMK Bulvarı, İzmir Caddesi ve Olgunlar Sokak olmak üzere bu bölgede toplam 89 tane eğlence mekânı bulunmaktadır.
2. **Bölge:** Tunalı Hilmi Caddesi, Arjantin Caddesi, Filistin Caddesi, Kennedy Caddesi, Kavaklıdere, Gazi Osman Paşa, Büyükesat, Küçükesat olmak üzere bu bölgede toplam 188 tane eğlence mekânı bulunmaktadır.
3. **Bölge:** Yukarı Ayrancı, Aşağı Ayrancı, Dikmen olmak üzere bu bölgede toplam 27 tane eğlence mekânı bulunmaktadır.
4. **Bölge:** Oran, Turan Güneş Bulvarı, Sancak Mahallesi, Birlik Mahallesi ve Yıldız olmak üzere bu bölgede toplam 36 tane eğlence mekânı bulunmaktadır.
5. **Bölge:** Bahçelievler, Emek, Beşevler, Çukurambar, 100.Yıl, Eskişehir Devlet Yolu, Söğütözü ve Bilkent olmak üzere bu bölgede toplam 85 tane eğlence mekânı bulunmaktadır.
6. **Bölge:** Yenimahalle, Çayyolu, Ümitköy ve Park Caddesi olmak üzere bu bölgede toplam 81 tane eğlence mekânı bulunmaktadır.

**Tablo.2 Ankara'daki Eğlence Mekânlarının Bölgesel Dağılım Yoğunluğu**

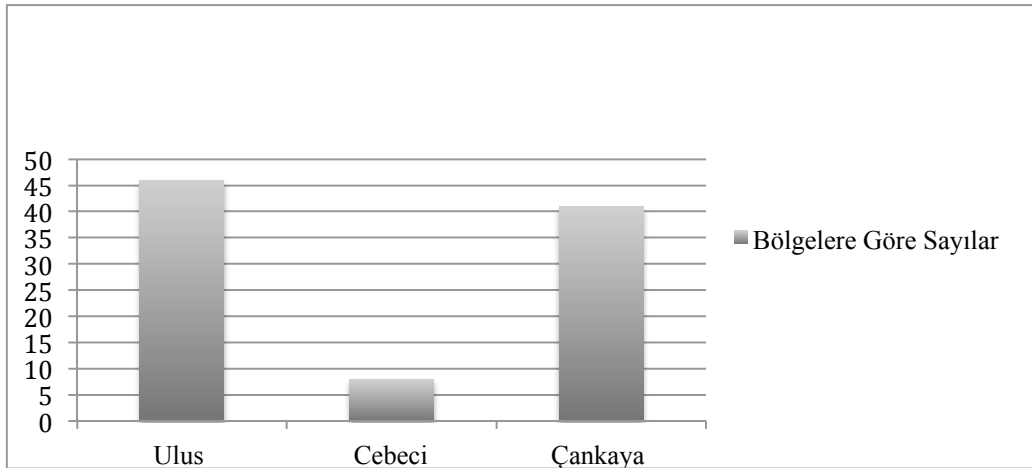


### 1.3.3. Ankara Gece Hayatında Pavyon/Gazino/ Taverna vb. Olarak Hizmet Veren Eğlence Mekânları

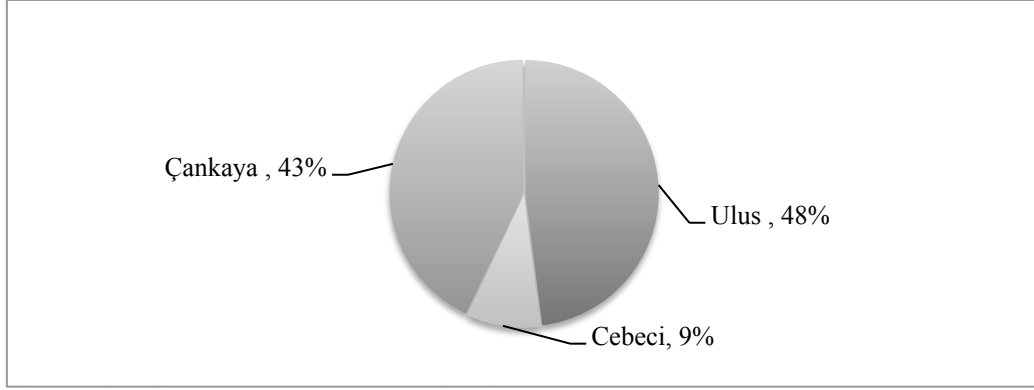
Yukarıda da bahsedildiği üzere, araştırma alanı olarak pavyon, gazino, taverna ve Ankara Oyun Havalari geceleri aktif olan eğlence mekânlarının yoğun olduğu Ulus (Çankırı Caddesi/ Rüzgârlı Sokak/Altındağ), Cebeci (Talatpaşa Bulvarı) ve Çankaya (Maltepe/Anittepe/Tandoğan/Akay/Kızılay/GMK Bulvarı) seçilmiştir. Ulus, Cebeci ve Çankaya bölgesinde toplamda 95 tane pavyon/gazino/taverna ve Ankara oyun havalari gece eğlencesi olan mekân bulunmaktadır. Bu mekânların bölgesel manada sayısal olarak dağılımları aşağıdaki gibidir;

- **Ulus:** Çankırı Caddesi/Rüzgârlı Sokak/ Altındağ bölgesinde toplamda 46 tane,
- **Cebeci:** Talatpaşa Bulvarı bölgesinde toplamda 8 tane,
- **Çankaya:** Tandoğan/Maltepe/Anittepe/GMKBulvarı/Kızılay ve Akay Caddesi bölgesinde toplamda 41 tane pavyon/gazino/taverna ve Ankara oyun havası mekânı bulunmaktadır.

**Tablo. 3 Ankara Gece Hayatı Pavyon, Gazino, Taverna, vb. Eğlence Mekânları**



**Tablo.4 Ankara’da Pavyon/Gazino/Taverna ve Oyun Havaları Eğlencesi Veren Mekânların Bölgelere Göre Yoğunluk Oranları**



#### 1.4. ARAŞTIRMA SÜRECİNDE KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER

Araştırmanın sınırlılıkları, araştırmacının ideal gördüğü ve yapmak isteyip de çeşitli nedenlerle vazgeçmek zorunda kaldığı şeylerdir. Bunlar, en uygun görülen koşullarda saptadır. Bu ideal koşullar, bazen araştırmacının kontrolü ve etki alanı dışında olduğu, bazen de fayda- maliyet açısından pratik olmadığı için gerçekleştirilemeyebilir (Karasar, 2014: 73). Buna göre bu çalışmada gözlem yapılan her iki mekana ulaşım, araştırmacının tanıdıkları sayesinde sağlanmıştır. Bölgesel olarak çoğunlukla Uls ve Çankaya bölgesindeki pavyon/gazino ve tavernaların sayısal yoğunluğundan ötürü bu bölgelerdeki mekanlara ulaşım, Cebeci bölgesindeki mekanlara olan ulaşımından daha makul haldedir. Cebeci bölgesinde bulunan mekanların bu iki bölgeye kıyasla sayısal olarak daha az olması ve araştırmanın yapıldığı dönemde çok azının faaliyette bulunmasından dolayı, araştırmacı tarafından bu bölgedeki mekanlarda gözlem yapılamamıştır. Bunun yerine, bölge, araştırmacı tarafından ziyaret edilerek, mekanların isimleri taranmış-Cebeci bölgesindeki mekanlara giden müşteri erkeklerle görüşme sağlanmış- ve bu çalışmada Cebeci bölgesindeki mekan isimleri Ekler bölümünde tablo halinde okuyucuya sunulmuştur. Dolayısıyla bu araştırmanın alanı içerisinde gözlem yapılan ve pavyon/gazino/taverna olarak faaliyet gösteren eğlence mekanları, Uls ve Çankaya bölgesiyle sınırlandırılmıştır. Öte yandan araştırmada, katılımcılara olan erişim de kimi durumlarda kısmen sağlanamamıştır. Buna göre pavyon içerisindeki hiyerarşide, yönetici konumundaki bir erkek grubu olan *Müdürler*'le görüşme imkanı bulunamamıştır. Dolayısıyla araştırmanın katılımcılarıyla yapılan görüşmeler bizzat bu öznelere dahilinde sınırlandırılmıştır.

## 1.5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ: FEMİNİST EPİSTEMOLOJİ, METODOLOJİ VE YÖNTEM TARTIŞMALARI

Bu araştırmanın alanındaki veriler, katılımlı gözlem ve derinlemesine mülakat (görüşme) tekniği ile toplanmıştır. Alandan toplanan veriler, ilk aşamada yoğun betimlemeye tabi tutulmuş ve sonrasında yorumlayıcı paradigma sayesinde parçalara ayrılarak, oluşturulan kuram çerçevesinde yeniden yapılandırılmıştır. Erkeklik, eğlence kültürü içerisinde bir alt kültür olarak incelendiğinden dolayı, araştırmanın katılımcılarının anlatılarına kültürel analiz yapılmıştır. Bu çalışmada yararlanılan bu veri çözümleme yöntemlerinin merkezinde ise *Feminist Duruş Noktası Kuramı* yer almaktadır; veriler feminist bakış açısı ışığında çözümlenmiştir. Nitel bir alan araştırması olan bu çalışmanın verilerinin çözümlenmesi sürecinde başvurulan *Feminist Duruş Noktası Kuramı* ise beraberinde epistemoloji, metodoloji ve yöntem tartışmalarını getirmektedir.

Sosyal bilim araştırmalarında sıklıkla sorulan soru şudur; tanımlanmış bir feminist araştırma yöntemi var mıdır? Feminist Duruş Noktası Kuramı'nın öncülerinden olan Harding'e göre, bu soruyu karşılayacak net bir yanıt yoktur (Harding,1987). Dolayısıyla Harding'in vurgulamak istediği husus, sınırları belirlenmiş bir feminist araştırma yöntemine karşı çıkılması gerekliliğidir. Öte yandan, feminist çalışmaların görece daha erken dönemlerdeki ikinci dalga feminist okulların eleştirel yaklaşımlarından duruş feminizmine (feminist standpoint), post-modern feminizmlerden, post-yapısalcı ve psikanalitik metodolojilere değin sınırları kimi zaman pek de net olmayan pek çok feminist metodoloji bulunmaktadır. Dolayısıyla Harding'in de işaret etmiş olduğu üzere, tek bir feminist metodolojiden bahsetmek, bunu tek parça, sabit veya katı kurallı olan bir bütünmüş gibi kurmak yerine birçok feminist metodolojilerden söz etmek daha yerinde bir eylemdir (Bozok, 2013). Buna göre feminist metodolojiler yaşamın tüm alanlarının bir parçası olarak alan araştırmalarında da ataerkilliğe karşı çıkarken, aynı zamanda görüşülenler ile mümkün olduğu kadar kişisel ve empatiye dayalı ilişkiler kurmayı ve böylece alanda dönüşüm yaratmaya katkıda bulunmayı hedeflemektedirler. (Ramazanoğlu ve Holland, 2002; Bozok, 2013:79). Sosyal ve kültürel antropolojiden alınan derslerden beslenen feminist çalışmalar, yapılandırılmış sorular ve anket formlarından ziyade, araştırmacının alana bilfiil katılımına olanak tanıyan yarı-yapılandırılmış sorulara, yapılandırılmamış konuşmalara, uzun süreli derinlemesine mülakatlara, sözlü tarih görüşmelerine ve katılarak gözlem yapmaya olanak tanıyarak, araştırmacıyı bunlara teşvik ederler. Daha da çarpıcı olanı, feminist araştırmacı

mesafeli olmak bir yana, alanda görüşmeler yaptığı kişiler ile empati kurmaya özen gösterir, bunu çalışmanın merkezinde tutar (Hekman, 2007). Feminist araştırmacı ataerkil ilişkileri eleştirirken genellikle alana karşı kayıtsız, duygusuz ve/veya apatik değildir. Dolayısıyla alan araştırmasında esnekliğe olanak tanıyan bu süreçte araştırmacının ve katılanların öznel deneyimleri devreye girer ve alan araştırması, bütün taraflar için bilimsel katkıları kadar insani yönüyle de zenginleştirici bir deneyim olarak yaşanır (Kümbetoğlu 2011; Bozok, 2013).

Harding, “*Is There a Feminist Method? Feminism and Methodology*” (1987) adlı makalesinde feminist araştırmalarda yöntem, metodoloji ve epistemoloji ile ilgili bazı sorunlara değinerek, feminist araştırmalarda var olan sosyal bilim çözümlmelerine kadınları katma çabasının zorluklarından bahseder. Buna göre hem geleneksel hem de feminist tartışmalarda, tanımlanmış bir feminist yönetime ilişkin cevaplar bulmak zordur; sonuçta geleneksel yöntemlerde olduğu gibi kesin olarak tanımlanmış bir feminist araştırma yöntemi bulunmamaktadır.

Harding, bir sosyal araştırmanın toplamda üç yöntemi olduğunu belirtir. İlk aşamada Harding araştırma yönteminden bahseder ve araştırma yönteminin verileri toplama tekniği olup, mantık süzgecinden geçirildiğinde, verileri dinlemek (veya sorgulamak), davranışları gözlemlemek ya da tarihsel geçiş ve kayıtları gözden geçirmek olduğunu ifade eder. Harding’in makalesinde ikinci olarak değindiği konu; feminist bir araştırmada izlenecek olan metodolojidir. Ona göre feminist araştırmacılar, geleneksel kuramların kadınların sosyal yaşama katılımı veya erkek faaliyetlerinin cinsiyetçi toplumsallaşmasını kavramayı zorlaştıracak biçimde uyguladıklarını iddia ederek geleneksel kuramın feminist versiyonlarını üretmektedirler. Buna göre Harding, feminist yöntembilim tartışmalarında toplumsal inşacı yaklaşımı önermektedir. Zira, fenomenolojik yaklaşımın kadın gerçekliğini bütünlüklü ve çarpıtılmamış bir biçimde nasıl sunabileceği konusu da beraberinde feminist epistemoloji tartışmasını getirmektedir. Bu noktada ise ortaya toplumsal cinsiyete vurgu yapan bir “bilen kişi” tartışması ortaya çıkar. Nitekim geleneksel bilgi teorilerinin, kadınların “bilen kişiler” ya da “bilginin taşıyıcıları” olma olasılıklarını sistematik olarak yok saydıklarını ifade eden feministler, bilimin sesinin erkeksi olduğunu iddia ederlerken; tarihin erkek egemen (egemen sınıfın ve ırkın) gözüyle yazıldığını, geleneksel sosyolojik bir cümlede öznenin her zaman erkek olduğunu belirtirler. Ayrıca kadınları bilen öznel olarak kabul eden alternatif bilgi teorileri de önerirler (1986; 1987).

Harding'e göre epistemoloji, metodoloji ve araştırma yöntemi arasında bağlar mevcut olmakla birlikte, araştırma yönteminin salt kendisine bakmak, hedeflenen feminist araştırmanın özelliklerini tanımlamada yardımcı olamayacaktır. Ona göre bir araştırmanın feminist araştırma olması için o araştırmanın "kadın deneyimleri"ni merkezine alması gerekir. Bu dizge, hedeflenen feminist çözümlerinin, geleneksel olandan pek çok şekilde ayrıldığını göstermektedir. Buna göre Harding, evrensel bir erkek olmadığını, kültürel olarak farklı erkekler ve kadınlar olduğunu belirtmesinin hemen ardından erkeğin sonsuz yoldaşı kadının da ortadan kalktığını ifade eder. Dolayısıyla ortada yekpare bir erkeklik ya da kadınlık durumundan ve deneyimlerinden bahsedilemez; erkek ve kadın deneyimleri, istekleri ve çıkarları ait oldukları sınıf, ırk ve kültüre göre değişir ve erkeksilik ve kadınsılık da her sınıf, ırk ve kültüre göre kategorileşebilir (Harding, 1987). Feminist bakış açısıyla araştırma yapan bir araştırmacı da, konumlandırılmış bir noktadan dünyaya bakar. Bu nokta aynı zamanda, ezilen kesimin baskın kesime oranla gerçekliği üretebilme kapasitesine daha fazla sahip olduğunu öneren bakış açısı kuramında, kadın deneyimlerini merkezileştiren bir noktadır. Dolayısıyla ortaya feminist objektivite çıkar. Buna göre sahadaki kadın deneyimleri ve kadının ürettiği bilgi pozitivism süzgecinden geçirilmiş pür bir nesnellikten çok, feminist bir taraflılığa sahip olan objektiviteye doğru çekilir. Feminist objektiviteye göre bilgi ve gerçeklik parçalıdır, konumsaldır, öznel, ilişkiseldir ve güç ilişkileriyle çerçevelenmiştir. Feminist bakış açısı bilgi üretiminin merkezine kadın deneyimini yerleştirerek, pozitivism ötesi yorumlayıcı paradigma ışığında toplumsal olarak yapılmış güç ilişkilerini eleştirel olarak incelemeyi önermektedir (Harding, 1987).

Bu bilgiler ışığında değerlendirildiğinde, bu alan araştırması, feminist bakış açısına sahip olan mekânsal bir hegemonik erkeklik çözümlemesi sunmaya çalışmaktadır. Erkeklerin ekonomi politik tekelinde, kadınların sermaye araçları olarak görüldüğü; kapitalist sistem içerisinde kar payının oldukça yüksek olduğu eğlence sektörünün önemli bir ayağını oluşturan pavyonlarda inşa edilen hegemonik erkeklik, yorumlayıcı bir feminist bakış açısıyla betimlenmeye çalışılmıştır. Dolayısıyla çalışma feminist epistemoloji üzerine bina edilmiştir. Teorik çerçeve çizilirken de feminist alanyazın ve eleştirel erkeklik incelemeleri literatüründen faydalanılmıştır. Çalışmanın veri çözümleme aşamasında başvurulan yöntem olan *Feminist Duruş Noktası Kuramı* hakkında detaylı bir açıklama vermek, çalışmanın bütünlüğünü anlamak adına faydalı olacaktır.

### **1.5.1. Nitel Araştırmaya Eklemlenen Feminist Bakış Açısı: Feminist Duruş Noktası Kuramı (Feminist Standpoint Theory)**

Feminist Duruş Noktası Kuramı (Feminist Standpoint Theory), 1970'lerde Marksist Feminist ve Feminist Eleştirel Kuram yaklaşımlarından ortaya çıkmıştır. Feminist Duruş Noktası Kuramı'nın kökenleri Hegel'in efendi-köle diyalektiğinde ve Marks'ın ve Lukacs'ın proletaryanın bilincine dair çözümlmelerine dayanmaktadır. İkinci dalga feminist hareket ve bazı feminist düşünürlerce öne sürülen sava göre, Feminist Duruş Noktası Kuramı, toplumsal olarak inşa edilen gerçeklik anlayışını hareket noktası olarak belirlemekte ve gerçekliğin inşa edilme sürecindeki iktidar ilişkilerinin epistemolojik yönünü kadın deneyimleri ve bakış açısıyla ortaya çıkarmaktadır.

Feminist duruş noktası kuramcıları olan Dorothy Smith (1975), Nancy Hartsock (1983), Patricia Hill Collins (1986; 1990) ve Donna Haraway (1988) kadınların deneyimlerinin feminist bir araştırmada merkeze alınmasında hemfikirdirler. Kuram, kadınların materyal deneyimleri ışığında iktidar ilişkilerinin ve bilginin üretim sürecini yorumlayarak analiz eden bir yaklaşımdır. Yöntem ve metodolojinin feminist paradigmanda ele alınmasının yanı sıra özellikle feminist epistemolojinin toplumsal olarak ikincil konuma itilmiş kadınların içinde buldukları koşullar ve yaşam deneyimleri çerçevesinde üretileceğini belirten Feminist Duruş Noktası Kuramı, nasıl ki tek bir erkekten ve erkeklik durumundan bahsedilemezse, tek bir kadından ve kadınlık durumundan da bahsedilemeyeceğini, her toplumsal yapının ve grubun kendi tarihsel bağlamlarında inşa ettiği farklı gerçekliklere sahip olduğunu ve feminist bir araştırmacının araştırma yapmadan önce ve araştırma boyunca kendi toplumsal konumuna, yaşam tecrübelerine, yapıyla olan ilişkisine odaklanması gerekliliğine işaret etmektedir. Nitekim bilgi üretim sürecine bu unsurları dâhil etmesi feminist epistemolojiye katkı sağlayacaktır. Dolayısıyla kadın deneyimlerine göre konumlandırılmış bilgi (situated knowlegde) ve bilgi üretimi, feminist araştırma yöntemi olarak alternatif olarak önerilebilecek araştırma yöntemlerine dâhil edilmesi gereken pratikler haline gelir.

Çalışmada katılımlı gözlem yapılarak irdelenmeye çalışılan pavyonlardaki erkeklikler, kadın deneyimine dayalı bilgi üretim sürecinin bulguları olarak 3. Bölüm'de sunulmuştur. Feminist Duruş Noktası Kuramı'ndan hareketle hegemonik erkekliği araştırması sürecinde, araştırmacı,

kendi toplumsal konumunu, erkeklige olan mesafesini ve kadınlığın sosyal bağlamlarda hegemonik erkeklikten etkilenme faktörlerini de sorgulamıştır.

## 1.6. ARAŞTIRMA ALANININ KATILIMCILARI VE GÖZLEM YAPILAN MEKANLAR

Araştırmanın sınırlıkları bölümünde de bahsedildiği üzere araştırmacı mevcut olanaklar dâhilinde araştırmanın izini sürdüğü hegemonik erkekliklerin mekânsal olarak kurulduğu pavyon/gazino ve taverna olarak hizmet veren iki gece eğlencesi mekânında gözlem yapabirmiştir. Bunlardan biri Ulus, Çankırı Caddesi'nde bulunan Yağmur Tavernası diğeri ise Maltepe'de bulunan Miami Night Club'tır.

**Tablo.5 Katılımlı Gözlem Yapılan Mekânlar**

<b>Katılımlı Gözlem Yapılan Mekânlar</b>	<b>Bölge</b>	<b>Tarih</b>
Miami Night Club	Maltepe, Çankaya	03.05.2017
Yağmur Tavernası	Ulus, Çankırı Caddesi	05.05.2017

Tutarlı terminoloji kullanmak amacıyla bir saha ortamında incelenen kişilere üyeler denilmektedir. Üyeler, sahanın içindekiler ya da sahanın yerlileridir ve dışarıdan olan saha araştırmacısının haklarında bilgi edinmek istediği bir gruba, alt kültüre ya da toplumsal gruba aittirler (Neuman, 2016: 542). Bu çalışmanın sahasındaki odak üyeler, müşteri erkeklerdir. Fakat saha oldukça geniş bir saha olduğundan ve bu sahada izi sürülen farklı iktidar alanlarına ve farklı gruplara ait olan çoklu hegemonik erkeklikler olduğundan dolayı, sahanın üyeleri, katılımcılar şeklinde genişletilerek değiştirilmiştir. Buna göre araştırmacı tarafından sahanın katılımcı kümesi genişletilerek, gazino patronları, çalışan erkekler, müşteri erkekler ve konsomatrisler olarak belirlenmiştir. Genişletilen katılımcı kümesi sayesinde araştırmanın denencesinin geçerliliği sağlanmış, pavyonlarda inşa edilen çoklu hegemonik erkeklikler 3. Bölüm'de detaylı olarak açıklanmıştır.



Görüşme soruları ise görüşülecek kişilere göre araştırmacı tarafından görüşme öncesinde hazırlanmıştır. Görüşmeler karşılıklı diyaloglar halinde gerçekleşirken, katılımcıların anlatılarına göre bazı görüşmelerin seyrinde değişiklikler yaşanmıştır. Buna göre araştırmacı tarafından sorulan sorulara kimi zaman üyelerin verdikleri cevaplar konunun bağlamından dışarı çıkmıştır. Nitekim üyelerin anlatıları üzerinden şekillenen bu tarz görüşmeler sayesinde ise oldukça özgün anlatılar da yakalanmıştır. Bu durum araştırmacı tarafından bir fırsata dönüştürülmüş ve yorumlayıcı paradigma ışığında hem araştırmacının yorumu katılarak hem de anlatının aslına bağlı kalınarak okuyucuya sunulmuştur. Öte yandan ses kayıtları ve notlardan aktarılan veriler aslına bağlı kalınarak araştırmacı tarafından düzenlenmiş ve rapor haline getirilmiştir.

Bu çalışmada 2 gazino patronu, 1 garson, 2 şef garson, 3 konsomatris ve 7 müşteri erkek olmak üzere toplamda 15 görüşme yapılmıştır. 15 görüşmenin 6 tanesi not alınarak, 9 tanesi ise ses kaydı alınarak gerçekleştirilmiş ve katılımcılar ve onlarla yapılan görüşmeler aşağıdaki gibi raporlanmıştır. Katılımcıların yaş ve meslekleri dışında isimleri değiştirilmiş, yerine mahlas kullanılmıştır.

**Tablo.6 Gazino Patronlarıyla Yapılan Görüşmeler**

Kişiler	Yaş	Yer	Görüşme Sayısı	Yöntem	Kayıt Süresi	Tarih
Patronlar (Volkan ve şeref)	33, 53	Miami Night Club (Maltepe)	2	Ses Kaydı Alındı	00.45.55'	03.05.2017

**Tablo.7 Çalışan Erkeklerle Yapılan Görüşmeler**

Kişiler	Yaş	Yer	Görüşme Sayısı	Yöntem	Kayıt Süresi	Tarih
şef Garson (Yusuf)	37	Miami Night Club(Maltepe)	1	Not Alındı	-	03.05.2017
şef Garson (Necip)	38	Yağmur Tavernası(Ulus)	1	Not Alındı	-	05.05.2017

Garson (Ferhat)	43	Saray Gazinosu(Ulus)	1	Ses Kaydı Alındı	02:11.01'	10.05.2017
--------------------	----	-------------------------	---	---------------------	-----------	------------

**Tablo.8 Konsomatrislerle Yapılan Görüşmeler**

Kişiler	Yaş	Yer	Görüşme Sayısı	Yöntem	Kayıt Süresi	Tarih
Banu	24	Miami Night Club (Maltepe)	1	Ses Kaydı Alındı	00.09.48'	03.05.2017
Tülay	38	Yağmur Tavernası (Ulus)	1	Not Alındı	-	05.05.2017
Hasret	38	Tempo Gazinosu (Ulus)  Mekân dışı mülakat yapıldı.	1	Ses Kaydı Alındı	00.06.43'	12.05.2017

**Tablo.9 Müşteri Erkeklerle Yapılan Görüşmeler**

Mülakat Yapılan Müşteri Erkekler						
Kişiler	Yaş	Meslek	Bölge	Yöntem	Kayıt Süresi	Tarih
Tayfun	36	İşletmeci	Cebeci, Talatpaşa B. Pavyonları	Ses Kaydı Alındı	00.29.06'	10.05.2017
Kemal	31	Çalışmıyor	Ulus, Çankırı Caddesi Rüzgarlı Caddesi P.	Ses Kaydı Alındı	01:07:52'	13.05.2017
İzzet	48	Şoför	Ulus, Çankırı Caddesi Rüzgarlı Caddesi P.	Not Alındı	-	15.05.2017
Hasan	35	Esnaf	Maltepe, Çankaya Pavyonları	Ses Kaydı Alındı	00.16:17'	19.05.2017

Sinan	30	Mimar	Maltepe, Çankaya Pavyonları	Ses Kaydı Alındı	00.22:33'	21.05.2017
Kadir	30	Şirket Sahibi	Maltepe, Çankaya Pavyonları	Not Alındı	-	23.05.2017
Furkan	24	Tamirci	Ulus, Çankırı Caddesi, Rüzgarlı Caddesi P.	Not Alındı	-	25.05.2017



## 2. BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVESİ

Bu çalışmanın kavramsal ve kuramsal çerçevesi, eleştirel erkeklik çalışmaları ışığında şekillenmiştir. Çalışmanın ana perspektifini oluşturan bu bölüm, toplamda on yedi başlıktan oluşmaktadır. Buna göre ilk beş başlık; cinsiyet ve toplumsal cinsiyet kavramları, erkeklik çalışmaları ve tarihçesi, erkeklik çalışmalarının yanıtlamaya çalıştığı erkekliğin ne olduğu sorusu, hegemonik erkeklik kavramı ve kavrama yönelik eleştiriler ile eril tahakküm ve eril habitus kavramlarını merkeze alan entelektüel tartışmalar hakkında açıklamalarda bulunmaktadır. Diğer başlıklar ise, çalışmanın odaklanmaya çalıştığı temel konuyla bağlantılı olarak, Türkiye’deki eleştirel erkeklik çalışmaları ve modern hegemonik erkekliğin inşası, modernite bağlantısı üzerinden erkeklik, modern toplumsal yaşam ve modern eğlence, Türk modernleşme hareketi, Osmanlı’daki eğlence anlayışı ve Osmanlı erkekliğine odaklanmaktadır.

Osmanlı’nın son dönem modernleşme hareketini, Cumhuriyet’in modernleşme projesi bağlamında toplumsal cinsiyet üzerinden okumayı amaçlayan bu bölüm, Cumhuriyet Türkiye’sinde modern erkeklik, modern eğlence anlayışı ve mekânsal dönüşümü, Cumhuriyet’in başkenti Ankara üzerinden değerlendirmektedir. Ankara’daki modern eğlence mekânlarının kent ve mekân ilişkiselliği üzerinden ele alınması da, başkent büyük şehir ölçeğinde kurumsallaşan eğlence piyasası içerisindeki pavyonların konumuna detaylı olarak bakabilmemize olanak sağlamaktadır. Türk modernleşmesinin öteden beri getirdiği “alafranga- alaturka” düalizmi içerisinde şekillenen tartışma ise, yine mekânsal bağlamda pavyonlar üzerinden ele alınmış ve pavyon eğlencesi, mekân ve popüler kültür bağlamında açıklanmıştır. Pavyonu bir mekân-pratik olarak değerlendirerek, toplumsal cinsiyet yorumlaması eklemeyi amaçlayan bu bölüm, pavyonu bir “erkek eğlencesi” ve boş zaman pratiği olarak da tanımlayarak, onun belli bir alt-kültür ve erkeklik imajının inşa edildiği bir mekân olarak tasarımını yapmaya çalışmaktadır. Özetle, çalışmanın kavramsal ve kuramsal çerçevesinin bina edildiği bu bölüm, toplumsal cinsiyet alanının nüvesini oluşturan cinsiyet-toplumsal cinsiyet tanımlamasıyla başlamaktadır.

## 2.1. BİYOLOJİK CİNSİYET VE TOPLUMSAL CİNSİYET

Durkheim'ın “toplumsal olan yalnızca toplumsal olanla açıklanabilir” (Durkheim, 1976; 182-183, akt. Onur ve Koyuncu, 2004: 34) sözünden hareketle, genetik bilimlerinin cinsiyet (sex) kavramını özcü bir kategoriye koyarak açıklaması, cinsiyetin toplumsal olarak (gender) tanımlamasının yanında önemini kaybetmiş ve ayrı bir sosyal bilim alanı haline gelen toplumsal cinsiyet çalışmaları literatüründe cinsiyetin biyolojik olarak değil, sosyal faktörlerle belirlendiği, yapılandırıldığı ve öğrenildiği görüşü hâkim olmuştur. Bu durumda, cinsiyet temelli fizyolojik farklılıkların, başta toplumsal iş bölümüne bağlı olmak üzere, cinsiyetler arası ortak yaşamın yeniden düzenlenmesi ve uygarlaşma sürecine paralel olarak ortaya çıktığı savunulabilir. Bu görüşten hareketle, toplumsal cinsiyet araştırmalarında, cinsiyetin biyolojik olarak değil sosyal faktörlerle belirlendiği, yapılandırıldığı ve öğrenildiği görüşü egemen olmuştur (Brandes, 2002: 20-21; Meuser, 1998; Onur ve Koyuncu, 2004: 34).

Erkek ya da kadın olarak “doğru” davranışın nasıl sergileneceği, toplumsal ilişkiler tarafından belirlendiği için, cinsiyet, yaşanan sosyal pratiğin ürünüdür (Connell,1995b:65). Cinsiyet, aynı zamanda kendisini içselleştirerek kökleşme, bilinç dışı hareketlerde kendisini doğallaştırma ve toplumsal olarak yeniden üretme eğilimi gösterir (Meuser, 1998 akt. Onur ve Koyuncu, 2004: 34). Buna göre cinsiyet (sex), bireyin kadın ya da erkek olarak sahip olduğu genetik, fizyolojik ve biyolojik özellikleri, toplumsal cinsiyet ise (gender) kadının ve erkeğin sosyal olarak belirlenen rollerini ve sorumluluklarını ifade eden bir kavramdır. Nitekim cinsiyeti ve toplumsal cinsiyeti birbirinden ayırmak mümkün değildir; çünkü kültürün kadından ve erkekten beledikleri (toplumsal cinsiyet) kadının ve erkeğin fiziksel bedenlerine (cinsiyet) ilişkin gözlemlerden tamamen ayrı değildir.

Ann Oakley'e göre cinsiyet (sex) biyolojik erkek-kadın ayrımını anlatırken, toplumsal cinsiyet (gender) erkeklik ile kadınlık arasındaki buna paralel ve toplumsal bakımdan eşitsiz bölünmeye gönderme yapar (akt. Marshall, 1999: 98). Oakley, cinsiyetin biyolojik olarak belirlendiğini, toplumsal cinsiyetin ise toplumsal olarak oluşmuş düzlemlere tekabül ettiğini ileri sürmektedir (Savran, 2004:234, Zeybekoğlu, 2010). Dolayısıyla toplumsal cinsiyet kavramı “kadın ve erkek arasındaki her türlü sosyal olarak yaratılan farklılığa hitap ettiği gibi, aynı zamanda ‘kadın

vücudunu' 'erkek vücudundan' ayıran her türlü ayırımıyı da kapsamaktadır" (Nicholson, 1995:79).

Post-modern yazarlar toplumun, sadece kişilik kalıplarını, davranışları ve sosyal rolleri etkilemekle kalmayıp, aynı zamanda cinselliğin kavramsallaştırılma biçimini de etkilediğini öne sürmektedirler. Post-yapısalcılar içinde yer alan feminist yazarlardan Butler ve Scott toplumsal cinsiyet kavramını daha da öteye taşımışlardır (Butler ve Scott, 1992). Onlara göre, var olan kurumsal iktidarların cinsler arasında yarattığı eşitsizliklerin ötesinde, toplumda var olan cins temelli işbölümü hem eşitsizlikler ve hem de baskılar yaratırken, bu durum erkekler için avantajlı konumlar oluşturmaktadır. Var olan toplumsal cinsiyet kimlikleri, bazı kimlikleri (maço erkek, heteroseksüellik gibi) görünür ve doğal kılarken, bazılarını karşı ayrımcılığa neden olmaktadır. Bütün iktidar ilişkilerinde bir cinsiyet temeli olduğunu kabul ederek, Butler ve Scott şunu ifade etmektedir; kadın- erkek; dişil-eril gibi cinsiyete dayalı ayırımıya işaret ederken, bu ayrımların sadece bazı söylemsel (discursive) yapıların özel birer sonuçları bulunmaktadır (Dedeoğlu, 2000: 143).

Toplumsal cinsiyet literatüründe karşımıza çıkan en önemli kavramlardan biri de "rol" kavramıdır. Toplumsal cinsiyet rolleri bireylerin sırf kadın ya da erkek olmaları nedeniyle kadınların ve erkeklerin nasıl davranmaları gerektiğini ve onlardan beklenen farklı sorumlulukları, görevleri ortaya koyan bir kavramdır. Her toplumun kadın ve erkeği biçimlendiren, yönlendiren, denetleyen, birbirinden ayıran ve en önemlisi de toplumsal rollerini oluşturan sosyo-kültürel değerler dizisi vardır (Zeybekoğlu, 2010). Dolayısıyla toplumsal cinsiyet örüntüleri, toplumsal değişimle birlikte değişen kültürel bir olgudur. Connell'in da belirttiği gibi toplumsal cinsiyet bir nesne olmaktan çok bir süreç niteliğindedir (Connell, 1998; Zeybekoğlu, 2010). Öte yandan, II. Dalga Feminizm ile birlikte akademide bir çalışma haline gelen toplumsal cinsiyet ve kadın araştırmaları, ataeril düzenin sorgulanmasını ve bu sorgulamalara dayanan bir araştırma literatürünün de ortaya çıkmasını beraberinde getirmiştir. Bu araştırma literatürüne eleştirel erkeklik çalışmaları adı verilmektedir.

## 2.2. ELEŞTİREL ERKEKLİK ÇALIŞMALARI VE TARİHÇESİ

Cinsiyet ve cinsiyet ilişkileri ve toplumsal cinsiyetten söz edildiğinde genellikle kadınlar ve kadın sorunları akıllara gelir. Ancak cinsiyet ilişkileri yalnızca kadın sorunları denilen sorunlardan ibaret olmadığı gibi kadın sorunları olarak görülen sorunlar da yalnızca kadınların sorunları değildir (Bora, 2008:13). Kadınların ezilmişliği nasıl yaşadıklarını anlamak için, erkeklerin eril iktidar konumlarını nasıl sürdürdüklerini ve tahakkümü nasıl inşa ettiklerini de anlamak gerekir (Sancar, 2009: 15). “Kadın çalışmaları” alanında cinsiyet temelli iktidar ilişkilerinin öznesi olarak “erkeklığın” ne olduğu ve nasıl analiz edilebileceği sorusu yakın zamana kadar ciddi biçimde sorgulanmamıştır. Erkeklik bugüne kadar hakkında konuşulan ama politik, ideolojik ve akademik olarak fazla irdelenmemiş bir konu olmaya devam etmiştir (2009:23).

Kadın ve erkek arasındaki cinsiyete dayalı davranış farkları tanımlamaları 1970’ler ve 1980’lerden başlayarak popüler araştırma konusu içerisine girmişler ve erkeksi ve kadınsı davranışlar olarak kategorize edilen düalist farklılıklar listelenmeye başlamıştır. Bu düalist farklılıkları listeleyen ve bu özelliklerin cinsiyete göre ayrıştırılan davranış farklılıklarının hangi koşullarda kadınlarda/erkeklerde var olduğunu açıklamaya çalışan araştırmaların çoğu, erkeklığın doğuştan var olan biyolojik bir özellik olarak kabul edilmesine karşı çıkmamış, sadece bunun toplumsal, kültürel dışı vuruş biçimlerini, gerçekleşme hallerini ampirik araştırmalar yaparak tanımlamaya çalışmıştır. Bu araştırmalar bir yanda “hegemonik erkeklik” kavramının merkeze alındığı tartışmaları da tetiklemiş, diğer yandan da gerçek yaşamda farklı farklı erkeklik deneyimlerinin var olduğu iddialarının sonucu olarak tektipleştirici erkeklik tanımlamalarına karşı eleştirel bir mesafe yaratmıştır. Bu süreçte gelişen erkeklik araştırmaları sonucunda da, erkeklik davranış ve değerlerinin biyolojik bir zorunluluktan kaynaklanan kültürel oluşumlar değil, toplumsal bağlamlarda gerçekleşen iktidar örüntüleri içinde şekillenen farklı farklı sosyal tarzlar, “inşalar” olduğu kabulüne doğru kayan bir yaklaşımın egemen olmaya başladığı görülmüştür (Sancar, 2011: 29). Toplumsal cinsiyet çalışmalarının bütünlüğü açısından oldukça önemli olan erkeklik çalışmaları, erkeklığın yaşanış ve algılanış tarzları arasındaki farklılıkları, egemen erkeklığın yanı sıra farklı erkeklik örüntülerinin varlığını, erkeklik denilen tek bir şeyden söz etmenin imkânsızlığını ve erkeklığe ilişkin daha pek çok konuyu farklı yönleriyle irdelemek amacıyla ortaya çıkmaktadır (Zeybekoğlu, 2010).

Eleştirel erkeklik çalışmaları, cinsiyet temelli ayrımcılık ve sosyal yapılar hakkında geniş bir dağarcık oluşturan kadın çalışmalarının akademik çevresine çok şey borçludur. Başka bir ifadeyle, feminist toplumsal cinsiyet teorisi, erkeklığe ilişkin çalışmaların başlangıç noktasını oluşturmuş ve gündemini belirlemiştir. Ancak toplumsal cinsiyet ilişkilerinin yalnızca kadın ezilmişliği, baskı altına alınmışlığı üzerinden tartışılmasının, cinsiyet rollerinin ideolojik belirlenmişliğini, karşılıklı etkileşimi ve söz konusu yapı içerisindeki iktidar ilişkilerini çözümlenebilmek için tek başına yeterli olmadığı görülmüştür. Bu nedenle modern kapitalist toplumların egemen cinsiyet rejimleri içindeki iktidar ilişkilerini açıklayabilmek, erkeklik deneyimlerini de anlamayı gerekli kılmaktadır (Akça ve Tönel, 2011:11-18; Akça ve Ergül, 2014:15; Sancar, 2009:11).

1970li yıllarda erkeklik çalışmalarının akademi dünyasında ayrı bir alan haline gelmesi Irigaray (1974), Cixous (1976) ve Millet (1971) gibi feministlerin erkeklik meselesini problematize etmesiyle birlikte başlar.<sup>2</sup> İkinci dalga feminist hareketin öncülüğünde bu yıllardan itibaren oldukça geniş bir alana yayılan erkeklik çalışmaları, toplumsal hareketlerle birlikte ilerleyen farklı yaklaşımlarla sınıflandırılmıştır. Erkeklik çalışmalarını ve hareketlerini genel anlamda, feminist hareketin kazanımlarından dolayı erkeklerin mağdur konuma düştüğünü savunan feminizm karşıtı erkeklik hareketleri ve feminizmi destekleyen, başka bir ifadeyle pro-feminist hareketler olarak ele almak mümkündür. Pro-feminist düşünce ve hareket 1970’li yıllarda akademi eleştirel erkeklik çalışmaları alanının kurulmasına öncülük etmiştir (Bozok, 2009: 271-277). Buna göre Edwards (2006), eleştirel erkeklik çalışmalarını üç aşamada ele alır; ilk aşama, ikinci dalga feminist hareketle başlamaktadır. Toplumsal cinsiyet rolü paradigması ve sosyalizasyon sürecinin ön plana çıktığı bu dönemde toplumsal cinsiyet düzeninin erkeklığı nasıl tanımladığı, güçlendirdiği ve kısıtladığı vurgulanmıştır. Eleştirel erkeklik çalışmalarının ikinci aşaması, 1980’li yılların ortalarında ortaya çıkmaktadır. Bu dönemde erkeklığın hâkim bir erkeklik modeli ile değişmez bir öze sahip olduğu fikri terk edilmeye başlanmış ve farklı erkeklik biçimlerinin var olduğu kabul edilerek, iktidar ilişkilerinin karmaşık anlamları ve pratiklerine ilişkin bir sorgulama başlatılmıştır. Yine bu dönemde erkeklik çalışmaları yürüten yazarlar (Carrigan, Connell ve Lee,1985:552-590), cinsiyet rolü kuramını eleştirerek, erkekler ve kadınlar arasındaki ilişkinin homojen bloklar arasındaki bir cepheleşme olmadığını, bunun yerine çeşitli erkekliklerin mevcut olduğunu ileri sürmektedirler. Üçüncü aşama ise, post-yapısalcı teorinin gelişiminden etkilenmiştir. Bu aşamada erkeklik çalışmaları edebiyat, kültür

<sup>2</sup> Bu yapıtların bazıları Türkçeye de çevrilmiştir. Detaylı bilgi için bakınız: <http://www.kaosgl.com/sayfa.php?id=3092> / Erişim: 17.06. 2017



ve medya çalışmaları gibi alanları da içeren disiplinlerarası bir alana taşınmıştır. 1990lardan itibaren farklı erkeklik deneyimlerinin keşfine yönelik çalışmaların ortak konusu ise temsilin önemi ve bunun erkeklikler ve kimliklerle ilişkisi olmuştur (Akca ve Tönel, 2011:23-26; Akca ve Ergül, 2014:16).

2000’li yıllardan itibaren de erkeklik yalnızca feministler tarafından değil, eşcinsel-queer çalışmalarından (Rosenfeld, 2009; Anderson, 2011), savaş karşıtlarına (Ratele, 2012), post-kolonialistlerden (Satanovsky, 2007), Marksistlere (Jordan, 2002) kadar pek çok çevre tarafından katkı sağlanan oldukça geniş bir araştırma alanı haline gelmiştir. Feminizm, LGBT (Lezbiyen, Gey, Biseksüel, Transgender) politikası ve Queer kuramı çerçevesinde toplumsal cinsiyet üzerinde odaklanan tartışmalar da erkeklik çalışmalarının önünü açmış; erkeklik/erkek kimliği/erkeklik halleri ile ilgili literatür bir hayli genişlemiştir (Özarslan, 2016:70). Dolayısıyla temelde “erkekliğin ne olduğu” sorusuna odaklanan bu çalışma alanı, erkekliğin siyasal, toplumsal, kültürel ve ekonomik sebeplerle açıklanabilmesine olanak sağlamıştır. Erkeklik çalışmalarının nihai bulgusu ise evrensel ve standart bir erkekliğin bulunmadığını, erkekliğin yaşanılan zamana, topluma ve kültüre göre değişen- değişim gösteren bir kurgu olduğu üzerinedir. Erkek olarak doğmanın farklı ırk, yaş, iktidar olanakları açısından tüm erkekler için aynı sonucu doğurup doğurmayacağı konusunun araştırılması eleştirel erkeklik çalışmalarının ana temalarından birisidir.

### **2.2.1. Erkeklik Çalışmalarının Temel Sorusu: “Erkeklik Nedir?”**

Bugüne kadar yapılan toplumsal cinsiyet çalışmaları kadın ve kadınlık üzerine yoğunlaşmıştır. Oysa kadınlar ve kadınlık, toplumsal cinsiyet çalışmalarının sadece bir boyutunu oluşturduğundan toplumsal cinsiyetin ilişkisellik temelinde düşünülmesi ve bu tür çalışmalara erkek ve erkekliğin de dâhil edilmesi önemlidir. Çünkü Connell’in da belirttiği gibi, toplumsal cinsiyete dair eşitsizlikleri anlamada sadece “daha az ayrıcalıklı” kesimi oluşturan kadınları değil, “ayrıcalıklı” kesimi oluşturan erkekleri de anlamak gerekir (Connell, 2001). Belirtilmelidir ki böylesi bir çaba, toplumsal cinsiyetin erkekler için görünmezliğine ya da öneminin fark edilmemiş olmasına işaret edecektir. Bu durumda, erkekliğin istatistiksel bir kategori olarak çalışılması yetersiz kalacağından, erkeklerin toplumsal cinsiyet pratiklerinin incelenmesinin yanı sıra, toplumsal cinsiyet düzeninin erkekliği nasıl tanımladığı, güçlendirdiği ve aynı zamanda kısıtladığı analiz edilmelidir (Connell, 2001:43) ve toplumsal cinsiyet bir

ilişkisel ve karşılıklı bir belirme süreci içerisinde ele alınarak kadını ya da erkeği dışlayan bir kategori olmaktan kurtarılmalıdır (Onur ve Koyuncu, 2004:31).

Toplumsal cinsiyet literatüründe, kadına kıyasla erkeklik çalışmalarına daha az rastlanmakla beraber, erkeklik hakkında yapılan araştırmalarda da dikkat çeken husus, erkeğin tek tip altında-zafer kazanan, fail, zorba ya da tecavüz eden olarak- genelleştirilmesidir (Biddulph, 2002; Bourdieu, 1997a, 1997b; Connell, 1995b; Hollstein, 1988). Bu tür genellemelerin, erkekler hakkında bir stereotip oluşturmaktan öteye gidemedikleri ifade edilmelidir. Ancak bu stereotipler aracılığıyla oluşturulan kesin ve tek yanlı resimlerin gerçekliğin kendisi gibi yansıtılması durumunda “gerçek erkek budur” şeklinde yorumlara hizmet edebileceği tehlikesi de göz önünde bulundurulmalıdır (Onur ve Koyuncu, 2004:31). Dolayısıyla stereotipleştirme eyleminden uzak durarak, erkeklik hakkındaki araştırmaların yanıtlamaya çalıştığı soruların başında erkekliğin ne olduğu ve nasıl tanımlanabileceği yer alır. Erkekliğin yeknesak bir tanımdan ziyade birçok tanıma sahip olduğu bu konuda yapılan akademik çalışmalar sonucu ortaya çıkmıştır. Buna göre erkeklik, bir biyolojik cinsiyet olarak erkeğin toplumsal yaşamda nasıl düşünüp, duyup, davranacağını belirleyen, ondan salt erkek olduğu için beklenen rolleri ve tutum alışları içeren bir pratikler toplamıdır (Atay, 2004:14). Kimmel’e göre ise erkeklik cinsiyetten (sex) ziyade, toplumsal cinsiyet (gender) tarafından kurulan bir kimliktir. “Erkeklik belirli bir zamanda ve verili bir toplumda erkeklere dayatılan sosyal rollere, davranışlara ve anlam dünyasına tekabül eder. Böylelikle erkeklik, biyolojik cinsiyete ve değişik erkek grupları arasındaki çeşitliliğe değil, toplumsal cinsiyete (gender) vurgu yapar. Biz toplumsal cinsiyete kimliğimizin içsel bir ögesi olarak deruhte etmemize rağmen, erkeklik gündelik temaslar üzerinden, toplumsal kurumlar tarafından imal edilen bir şeydir.” (Kimmel, 2008:1) Buna göre Kimmel, erkekliğin biyolojik bir doğa kanunu değil, verili toplumun tarihsel kesitindeki sosyal ilişkiler tarafından belirlenmiş ve bu belirlenim üzerinden erkeklere dikte edilmiş bir rol ve anlamlar manzumesi olduğunun altını çizer. Erkeklik kültürel bir yapıdır ve zamana ve mekâna göre farklılık gösterir (Özarlan, 2016: 71). Dolayısıyla, erkeklik bir bütün olarak erkeklere mal edilen özelliklerin, düşünce ve yaklaşım biçimlerinin toplumlara ve zamana göre değişebilen bir toplamını ifade eder (Maral, 2004:140).

Öte yandan, erkeklik çalışmalarının yanıtlamaya çalıştığı ilk soru olan erkekliğin ne olduğu sorusuna ek olarak, “erkeklik dünya çapında iktidarı elinde tutanların bir özelliği olduğuna göre, genel, evrensel bir erkeklik tanımı yapılabilir mi?” sorusu da ön plana çıkmaktadır. Güçlü

olmak, başarmak, sorunları şiddet yoluyla çözmek, duygularıyla değil aklıyla davranmak, rekabetle ve hiyerarşiye dayalı ilişkileri ön plana çıkarmak, bağımsız davranmayı önemsemek, başkalarını yönetmeyi bilmek vb. davranış özelliklerinin “erkeksi” olduğu genel kabul gördüğüne göre, erkek olmanın “doğal” bir potansiyel olarak böyle davranmaya yol açtığını kabul etmek mi gerekir? (Sancar, 2011: 28).

Bir diğer önemli faktör de erkeklik tanımıyla ilgili iki önemli hususu belirtmek olmalıdır ki bunlardan birincisi, erkekliğin sosyal ve kültürel bir kurgu olduğudur (Connell 2001; Philaretou ve Allen, 2001). Bu yaklaşım erkek ve kadını sadece biyolojik farklılıklarla açıklamanın yetersizliğine dikkat çekmektedir. Erkekliğin tanımına dair ikinci önemli husus ise birden çok erkekliğin olduğu iddiası ile erkeklerin homojen bir grup oluşturmadıklarıdır. Erkeklik, sınıfsal, kültürel, cinsel tercih, din, ırk gibi faktörlere bağlı olarak düşünülmeli ve erkekliklerin bu farklılaşmalarla eşit olmadıkları görülmelidir (Onur ve Koyuncu, 2004: 34).

Erkek benliğinin nasıl tanımlandığı ve kurulduğu üzerine yapılan çalışmalar genel olarak erkekliğin doğumla başlayan bir kendini gerçekleştirme mücadelesi olduğunun altını çizmektedir (Connell, 2002; Bourdieu ve Wacquant, 2003; Frosh, 1994; Segal; 1992; Levant ve Richmond, 2007; MacMullan, 2001; Pleck, 1995; Whannel, 2002; Işık, 1998). Connell erkekliği, erkekliğin kadınlığa karşı tanımlandığı bir toplumsal cinsiyet düzeni içinde kurulan ve bu yolla kadınlarla erkekler arasındaki iktidar ilişkilerini sürdüren toplumsal bir inşa olarak sunmaktadır (Connell, 1998;2005; Demez, 2005: 39).

Biyolojik olarak kadın ya da erkek doğan bireyler kültür, zaman ve topluma göre cinsiyet kimliği edinirler. Erkeklik ise doğal- doğuştan gelen bir olgu değil, toplumsal süreçlerde kazanılan bir kimliktir. Erkekliğin verili bir olgu olmaktan çok toplumsal yaşantıda zorlukları aşarak kazanılması söz konusudur (Sancar, 2009). Kendini “öteki” (kadınlar, eşcinseller, biseksüeller, transseksüeller vb.) üzerinden tanımlayan bu kimlik, toplumdaki diğer erkeklerin gözetimi ve denetimi altındaki bir oyalanma sürecidir. Fakat, bir dizi ritüel ve zorluk aşılarak kazanılan erkekliğin sürekli olarak pekiştirilmesi gerekmektedir. Aksi halde erkek, egemenliğini kaybetme tehlikesiyle karşı karşıyadır. Bu durum erkek için ciddi bir gerilim nedeni olmaktadır. (Oktan, 2008: 152-153). Dolayısıyla, erkekliğin biyolojik değil kültürel bir olgu olması, verili değil kazanılan bir durum olması ve her an yeniden oluşturulması, erkeklerin devamlı olarak

erkekliklerini ispatlamasını zorunlu kıldığı için erkekliği kaybetme korkusu erkeklerin sürekli bir kaygı durumu yaşamalarına neden olmaktadır (Zeybekoğlu, 2010). Bundan dolayı erkeklik, sınırları ve kaybedilme koşulları her zaman belirsiz, değişken, geçişli bir iktidar inşa stratejisidir. Erkek egemenliği ise çoğul, çatışmalı, birbiriyle uyumsuz ya da birbiriyle ilişkisiz çok sayıda farklı erkeklik deneyimlerine işaret etmektedir.

Egemen erkeklik normlarında ve tarzlarında yaşanan değişimi ise Sancar (2009), “erkeklik krizi” olarak nitelendirmektedir. Küresel kapitalizm piyasayı düzenlerken göç, enformel-esnek üretim, yeni sermaye mantığı gibi olgular toplumsal yapıyı dönüştürmüş, bu dönüşüm süreci belli erkeklik imgelerini erozyona uğratarak erkeklik inşalarında krizlere yol açmıştır. Dolayısıyla erkekler bu süreçlerde erkeklik kimliklerini muhafaza etmek adına farklı iktidar stratejilerine yönelmişlerdir (Sancar, 2009: 122-123).

Erkekliğin diğer toplumsal cinsiyet konumlarında olduğu gibi bir iktidar ilişkisi bağlamında inşa edilip farklı bağlamlara eklenerek hareket edebilmesi için de *sahip olunan-yitirilen* bir meta gibi düşünülmesi gerektiğini belirtmiştik. Dolayısıyla erkeklik toplumsal bir iktidar konumu olduğu için toplumsal inşa stratejilerinde bir söylem nesnesidir (Sancar, 2009:19). Söylemsel stratejilerde ikili kutuplaşmalar stratejik bir rol oynar, *erkekçe olan ya da olmayan, güçlü- zayıf* gibi dikotomiler boyunca işleyen söylemleri anlamak için erkekliğin “*üretmişlik*” yönünü dikkate almak gerekir. Öte yandan bu tür yaklaşımlar söylemsel pratiğin benzemezliğine takılarak “*ne kadar erkek varsa o kadar çok erkeklik vardır*” türünden bir dağılma noktasına gitmemeli ve erkekliklerin “*tek tipleştirilmesi*” eğiliminden de uzak durulması gerekmektedir (Sancar, 2009: 18).

Sosyal olarak kurgulanan ve her tarihsel dönüm noktasında güncellenen bu toplumsal cinsiyet ilişkileri pek çok araştırmacı tarafından erkeklik değil, “erkeklikler (masculinities)” başlığı altında ele alınmaktadır. Toplumsal cinsiyet meselesinin erkeklikler olarak ele alınmasına ilişkin ilk ciddi çalışma R.W Connell’in *Masculinities* kitabında yapılmış, sonrasında geliştirilmiştir (Connell, 2005). Sonuç olarak, erkekliğin biyolojiye dayandırılan farklılıklar zemininde değil, toplumsal zeminde kurgulandığı görüşü farklı erkeklik biçimlerinin varlığının incelenmesini de gerekli kılmıştır. Buna göre farklı erkeklik biçimlerinde öne çıkan kavramlardan belki de en önemlisi “hegemonik erkeklik” kavramıdır. Buna göre ikinci dalga erkeklik çalışmalarının

öncüsü olan Connell'in *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar* (1987) adlı çalışmasında bazı erkeklerin kadınlar ve diğer erkekler üzerindeki hâkimiyetini nasıl normal ve zaruri olarak gösterebildiğini, pek çok erkek ve kadının gönüllü olarak baskı altında kalmayı neden kabul ettiğini açıklarken, daha detaylı bir analizle "hegemonik erkeklik" kavramına başvurmuştur (Akça ve Ergül, 2014).

### 2.2.2. "Hegemonik Erkeklik" Kavramı

Erkekliğin tanımına dair önemli hususlardan biri birden çok erkekliğin olduğu iddiası ile erkeklerin homojen bir grup oluşturmadıklarıdır. Erkeklik, sınıfsal kültürel, cinsel yönelim, din, ırk, gibi faktörlere bağlı olarak düşünülmeli ve erkekliklerin bu farklılaşmalarla eşit olmadıkları görülmelidir. Connell'in "hegemonik erkeklik" kavramı bu olguyu açıklar niteliktedir (Connell, 2001). Connell, toplumsal cinsiyet çalışmasının mutlaka iktidar ilişkilerini ve erk kavramını içermesi gerektiğini ifade ederek "hegemonik erkeklik" kavramına başvurmuştur (Connell, 1987 ve 1995; Kimmel, 1993: 29, akt. Onur ve Koyuncu, 2004: 34).

Connell'in "hegemonik erkeklik" kavramı, küçük bir azınlık erkeğin bütün iktidar ve güç pozisyonlarını ellerinde tutarak, bunu nasıl meşrulaştırıp tahakkümü var edebildiğini açıklamaktadır. Hegemonik erkeklik bir iktidar konumu olarak; farklı erkek grupları arasındaki iktidar ve üstünlük mücadelesini anlaşılır kılmayı sağladığı kadar, bu erkeklik gruplarının nasıl oluştuğunu da anlatmaktadır. Erkeklik çalışmalarının akademideki gelişimiyle birlikte tek bir hegemonik erkeklik biçiminin değil çoklu hegemonik erkekliklerin olduğu yapılan araştırmalar neticesinde ortaya konmuştur ve bu çoklu erkeklikler çeşitli kültürel bağlamlarda farklı stratejilere başvurarak inşa edilmekte ve birbirleriyle mücadele içerisine girmektedirler. Dolayısıyla Connell'in "çoklu erkeklikler" (multiple masculinities) kavramından yola çıkılarak formüle edilen ve tek bir erkeklikten değil, aynı cinsiyet rejimi içinde sınıf, ırk, din, kültür, cinsellik gibi özelliklere bağlı olarak değişkenlik gösteren, birbirleriyle ve iktidar mekanizmaları ile farklı ilişkiler kuran erkekliklerin mevcudiyetini belirten bir kavram olarak; belirli bir toplumsal/ kültürel formasyon içerisinde kültürel olarak desteklenen, yüceltilen, örnek gösterilen ve mazur görülen cinsiyet pratiklerinin oluşturduğu, söz konusu formasyon içerisindeki diğer erkeklikleri az ya da çok etkileyen bir erkek olma biçimidir (Connell, 1998; Özbay ve Baliç, 2004: 93-94).

“Hegemonik erkeklik” kavramı ilk olarak Avustralya ortaokul ve liselerinde yapılan bir alan çalışması sonucunda ortaya atılmıştır. Bu alan araştırması erkekliğin inşası ve bu inşa pratiğinin erkek bedeni üzerindeki tecrübelerinin kavramsal tartışmasıyla bağlantılı olarak, Avustralya işçi politikasında erkeklerin rollerinin tartışılmasıyla da ilgilidir. Bu lise alan araştırması “çoklu hiyerarşiler” ile ilgili ampirik bir delil sunarak, hem toplumsal cinsiyet hem de sınıf bağlamında ortaya çıkan çoklu hiyerarşilerin, toplumsal cinsiyet inşasının aktif tasarımlarıyla iç içe geçmiş bir yapıda olduğunun altını çizmiştir. Kavramın içerisine eklenen hegemonya kavramı ise ünlü İtalyan düşünür Antonio Gramsci’den alınarak Avustralyalı akademisyen R.W. Connell ve arkadaşları tarafından geliştirilmiştir. Buna göre hegemonya kavramı ile belli bir grubunun diğer gruplar üzerinde “ikna” ve diğer araçlarla rızaya dayalı sosyal iktidarı sürdürmesi anlatılır. Dolayısıyla “hegemonya” acımasız iktidar çekişmelerinin ötesine geçerek, özel yaşamın ve kültürel süreçlerin örgütlenmesine sızan bir toplumsal iktidar oyununda kazanılan toplumsal üstünlük halidir. Bir grubun, silah zoru ya da işsiz bırakma tehdidiyle başka bir grup üzerinde kurduğu üstünlük salt hegemonya değildir. Hegemonya, iktidar kurmayla, zora başvurmayla ve baskıyla desteklene bile, kültür, kurumlar ve ikna aracılığıyla elde edilen, hüküm süren ve itibarını muhafaza eden bir olgudur (Connell ve Messerschmidt, 2005). Dinsel bir öğreti ya da pratiğe, kitle iletişim içeriğine, ücret yapılarına, ev tasarımına, yardım/vergilendirme politikalarına vb. kök salan üstünlük hegemonyadır (Connell; 1995: 246). Yine hegemonya, mutlak kültürel egemenlik ve seçeneklerin ortadan kaldırılması anlamına gelmez. Bir güçler dengesi içinde bir oyun esnasında kazanılan üstünlük anlamına gelir. “Öteki” olarak tasarlanan örüntüler ve gruplar ortadan kaldırılmak yerine ikinci gruba itilir. Eğer bu nokta gözden kaçacak olursa, büyük ölçekteki toplumsal cinsiyet örüntülerinin tanımlarına içkin tarihsel değişimler açıklanamaz ve toplumsal yaşamda gerçekleşen günlük çekişmenin açıklanması da imkânsızlaşır (Connell; 1998: 247).

“Hegemonik erkeklik” farklı coğrafya, kültür ve tarihlerde çeşitlilik göstererek erkekler ve kadınlar arasındaki ilişkileri meşrulaştıran (Connell,1995:77) erkek kimliğinin idealleştirilmiş biçimini temsil eder. Üzerinde büyük ölçüde uzlaşılan hegemonik erkeklik, iktidar, hâkimiyet, otorite, duygusallıktan uzaklık, heteroseksüellik, homofobik olma, yarışmacılık, iş güç sahipliği, spor dallarından birisi ile uğraşma, cinsel olarak aktif olma ve risk alabilmedir (Connell, 1995, Sancar, 2009). Hegemonik erkeklik kavramı “ideal erkeğin” ne olması gerektiğine ilişkin görüşleri ve değerleri anlattığı için hegemonik erkekliğin tüm özelliklerini tek bir bireyde bulamayız. Kavramın bu yüzden özcü olarak eleştirilmesi yaygındır.

“Hegemonik erkeklik” durağan değildir; bu nedenle eski biçimlerle yeni biçimler sürekli yer değiştirirler (Connell ve Messerschmidt, 2005). Bu yüzden sabit- değişmez bir erkeklik tanımlaması yapılamaz. Ayrıca, “hegemonik erkeklik” genel bir erkek cinsiyet rolü görüşünden oldukça farklıdır. “Hegemonik erkeklik”, farklı sınıfsal bağlamlarda ve farklı aile modelleri içinde farklı farklı işlemektedir. Yönetici sınıfa mensup ailelerde hayatın merkezinin erkeğin kariyer başarısına endekslidir ve bu başarıyı devamlı kılacak şekilde erkeğin özgüveninin yüksek tutulması ile meşguldür. İşçi sınıfı erkeğinin ise motive edilecek bir kariyeri olmamasından mütevellit, teknoloji bilgisi ve sahip olduğu uzmanlık gereği taslayabileceği üstünlük olmadığı için eril üstünlüğünü ve ayrıcalıklı konumunu ailenin geçimine bağlamak durumundadır. Bunun işlevsel olmasının uygun bağlamı ise dinle veya etnik kimliklerle desteklenen erkek üstünlüğü ve önceliği zihniyetinden sağlanmaktadır. Aslında her zaman doğrudan eril şiddet de bu iktidarı garantileyecek bir stratejik araç olarak devrededir. Bu farklı erkeklik stratejilerinin varlığı, işçi sınıfı erkekliğinin despotizme, sermaye sınıfı erkekliğinin ise liberalizme dayandığı anlamına gelmemektedir. İkisi de bir tür hegemonik erkekliktir (Sancar, 2009: 33). Dolayısıyla, hegemonik erkeklik farklı farklı alanlarda ve farklı tarihsel kesitlerde kurgulanır, inşa edilir ve birbirleriyle hem uzlaşmaya hem de çatışmaya girerler.

Öte yandan, kültürel erkeklik idealinin (ya da ideallerinin), sonuçta erkeklerin büyük bir çoğunluğunun gerçek kişilikleriyle sıkı sıkıya örtüşmesi gerekmez. Humprey Bogart, John Wayne ve Sylvester Stallone’un canlandığı film karakterleri gibi tamamen kendine özgü hayal ürünü kişilikler olan erkeklik modellerinin yaratılmasını içerir. Ya da günlük başarılarından yeterince uzak olduğu için, erişilemeyen bir ideal etkisine sahip gerçek erkek modellerinin reklamını yapabilir. Yüz yüze ilişkilerin sürdürüldüğü ortamlardan, milyonlarca insan içeren yapılarla geçtiğimizde, etkileşimin kolaylıkla simgeleştirilen yönleri daha önemli bir hal alır. Bu noktada hegemonik erkeklik oldukça kamusaldır. Kitle iletişimi üzerinde yükselen bir toplumda hegemonik erkekliğin yalnızca tanıtım olarak var olduğunun düşünülmesi bir çekiciliğe sahiptir (Connell, 1998: 247).

“Hegemonik erkeklik” daima kadınlarla ilgili olduğu kadar, ikincil konuma itilmiş çeşitli erkeklik biçimleriyle ilgili olarak da inşa edilmektedir. Farklı erkeklik biçimleri arasındaki etkileşim, ataerkil bir toplumsal düzenin işleyiş biçiminin ayrılmaz parçasıdır (Connell; 1995: 245). Ataerkiden fayda sağlayan fakat erkekliğin hegemonik biçimiyle kendilerini doğrudan bağdaştırmayan diğer erkekler, hegemonik erkeklikler ile bir suç ortaklığına girerler.

Hegemonik erkeklikle ilişkide olan erkekler ve heteroseksüel kadınlar arasında hegemonik erkeklığe rıza gösterme, hegemonik erkeklığı çok daha güçlü kılarak, sağlamlaştırır. Küçük bir azınlık erkeğin nasıl olup da bütün iktidar ve güç pozisyonlarını ellerinde tuttuğunu, bunu nasıl meşrulaştırıp tahakkümü yeniden var edebildiklerini açıklamaya çalışan hegemonik erkeklik kavramı aynı zamanda iktidarı elinde tutan sayıca çok az bir erkek grubunun geniş bir erkek kesiminin onayı ve suç ortaklığı ile beslenen hegemonik bir oluşuma da tekabül etmektedir. Buna göre hegemonik erkeklik pratiklerini onaylama, bunlara katılma ya da ses çıkarmama karşılığında farklı erkeklere maddi kazançlar ya da ayrıcalıklar da sunulmaktadır. Bunlar, eril fanteziler yoluyla zevk almayı odağına alan hedonist bir erkeklik yapılanmasının sosyalizasyon süreçlerine gönüllü olarak katılma, eğlence kültürüne ayak uydurma, eşcinsel erkeklere aşağılayıcı ya da dışlayıcı davranma özgürlüğü, alt-sınıf erkeklerin kızgınlıklarını ya da enerjilerini boşaltmak için barlarda, sokaklarda, futbol maçlarında taşkınlık yapmalarına hoşgörü gösterme, erkeklerin kadınlar üzerinde sağladıkları iktidardan yararlanma gibi ayrıcalıklardır (Sancar, 2009).

1980'lerin ortalarından, 2000'lerin başına kadar olan süreçte, "hegemonik erkeklik" kavramı epey dar ampirik bir temelli kavramsal bir modelden, erkekler ve erkekliklerle ilgili tartışma ve alan araştırmaları için kullanılan geniş bir modele doğru geçmiştir. Kavrama erkeklikler hakkında kültürel anlamda muhtelif bağlamları ve işlevsel meseleleri açıklamak için başvurulmuştur. Zira hegemonik erkeklik tartışmaları, farklı erkek grupları arasındaki iktidar/üstünlük mücadelelerini anlamayı olanaklı kıldığı kadar bu farklı iktidar gruplarının nasıl olduklarını açıklamayı da hedeflemektedir.

Farklı erkeklik stratejileri arasındaki hegemonik mücadele temelinin zorla boyun eğdirilmekten çok, ikna ile onaylatılan bir iktidar meselesi olduğu ise özellikle vurgulanmaktadır. Bunun için örneğin, farklı işlerin nasıl erkek işi ya da kadın işi olarak tanımlandığına ve bunun nasıl cinsiyet hiyerarşileri ve iktidar örüntüleri haline dönüştüğüne dikkat çekilir. Erkek egemenliğinin devlet eliyle pekiştirilmesi, örneğin, eşcinselliğin suç sayılarak baskı ve yasaklamaya maruz kalması gibi uygulamalar, yeni ataerkil kurumsal destekler aracılığıyla sağlanan eril iktidarın bu kavram aracılığıyla daha görünür hale geleceği iddia edilir (Carrigan vd., 1985: 587-594 akt. Sancar, 2009: 33). Öte yandan kavram ilk ortaya çıktığı bu zamandan bu yana birçok eleştirinin merkezine oturmuş ve yine etrafında başlayan tartışmalar neticesinde yeniden formüle edilmiştir.



### 2.2.3. “Hegemonik Erkeklik” Kavramına Yönelik Eleştiriler ve Tartışmalar

Hegemonik erkeklik kavramı etrafında dönen tartışmalar, egemen erkeklik değerlerinin kadınların tümünden boyun eğdirilmesini nasıl sağladığı ve farklı erkeklik tarzları arasındaki iktidar ilişkilerinin nasıl düzenlendiği konularına yoğunlaşmaktadır. Connell, bu eleştiriler doğrultusunda 1995 yılında yazmış olduğu “Erkeklikler” kitabında kavramı yeniden gözden geçirir. Buna göre Connell, hegemonik erkeklik düzeni içinde, farklı erkeklik tarzlarının bu iktidar ilişkileri sistemine nasıl eklemeli olduğu sorusuna daha net bir cevap vermeye çalışır. Tabii kılınan (subordinated masculinities), marjinalleştirilen (marginalized masculinities) veya işbirlikçi (complicit masculinities) erkeklikler arasındaki hiyerarşik iktidar ilişkilerine açıklık getirir (Connell, 1995; Sancar, 2009:33-34).

Kavram etrafında dönen tartışmalar, zaman içinde daha detaylandırılmış, eleştirilerle yeniden şekillenmiştir. Buna göre ilk olarak Donaldson, hegemonik erkekliğin sadece kadınların itaatini ve bağımlılığını sağlamakla kalmadığını; dahası hegemonik erkeklik konumunda bulunan az sayıdaki erkeğin, kendi konumlarını insanlığın en gelişmiş biçimi ve evrensel toplumsal-teknolojik gelişmelerin tetikleyici gücü olarak sunmayı başararak öteki erkekler ve erkeklikler üzerinde denetim sağlayabildiğini ve bu nedenle “hegemonik olmayı” başarabildiklerini savunmaktadır. Yine Donaldson, hegemonik erkeklik inşasındaki heteroseksüelliğin merkezi önemini vurgulayarak Gramsci’nin kapitalist patriarki tanımından hareketle, karşı-hegemonyanın erkek eşcinselliği için gelişip gelişmeyeceğini de sorgulamıştır (Donaldson, 1993; Sancar, 2009: 34).

Öte yandan Demetriou “Connell’s Concept of Hegemonic Masculinity: A Critique” (2001) adlı makalesinde kavramın Gramsci’nin “tarihsel blok” ve Bhabha’nın “hibritlik” (melezlenme) kavramlarından esinlenerek Connell tarafından geliştirildiğini vurgulamış ve Connell’in “cinsiyet sistemi/rejimi” dediği şeyin kurucusu olarak kabul etmiş olduğu üç merkezi mekanizmaya, üç temel eril tahakküm kurumunun denk düştüğünü vurgulamıştır. Bunlardan birincisi; kadın-erkek emeği olarak ayrıştırıldığı iş gücü piyasası, ikincisi; devlet ve ordu gibi doğrudan erkekler tarafından denetlenen ataerkil kurumlar ve üçüncüsü de cinsel arzular alanı (kateksis alanı) şekillendirir. Demetriou’nun bunların yanısıra kavramın ikili işlevinden de bahsetmiş ve kavramın sadece kadınlar üzerindeki erkek tahakkümüne değil, egemen toplumsal sınıfın ve etnik grubun üyesi olmayan diğer erkekler üzerindeki eril tahakkümüne de gönderme

yaptığını ifade etmiştir. Erkekler arasındaki hiyerarşik ilişkilere ve hükmetme/boyun eğdirme pratiklerine dikkat çeken Demetriou, bunu “içsel hegemonya” olarak tanımlamış ve hegemonik erkeklik ve diğer erkeklikler arasındaki iktidar ilişkilerini odağa alan bir tartışma oluşturmaya çalışmıştır (Demetriou, 2001; Sancar, 2009).

Kavramın etrafında dönen tartışmaların odaklandığı önemli sorulardan biri de, hegemonik erkeklik kavramıyla toplumsal cinsiyet sistemi kavramının bir arada kullanılmasının, erkeklerin “homojen bir çıkar grubu” olarak ele alınmasını kaçınılmaz kılıp kılmadığıdır. Eğer hegemonik erkeklik buna tekabül ediyorsa, erkekler kendi aralarındaki hiyerarşi ve sömürü ilişkileri ne olursa olsun, kadınlara karşı olan konumlarını topyekun “savunmak” ve kadınlar da bunu “değiştirmek” zorundadırlar. Erkeklik ve kadınlık biyolojik olmasa da, bir “ortak çıkar” etrafında kurulan siyasal, toplumsal ve bütüncül kimlikler olarak inşa ediliyorsa feminist eleştirinin en önemli odağı olan indirgemeci yaklaşıma geri dönmüş ve farklı kadınların ve farklı erkeklerin iktidar ilişkilerinin farklı yerlerinde farklı uzlaşma-direnme pratiklerini idrak etme olanağı ortadan kalkar (Sancar, 2009:35).

Dolayısıyla Connell’in kavramsallaştırmasından ortaya çıkan iki ayrı tahakküm biçimini- hem kadınlara hem de erkeklere yönelik olan tahakkümün- iki ayrı tür iktidar ilişkisi mi yoksa bir ve aynı iktidar ilişkisi mi olduğu sorusu da tartışmaların ayrı bir boyutunu oluşturmaktadır. Buna göre Demetriou, buradaki hegemonya kavramının melezlik; yani farklı ve çatışan çıkarların bir anlamda eklenmesi, sentezlenmesi anlamına geldiğini hatırlatır. Dolayısıyla hegemonik erkeklik, ikincil ve tabi erkekliklerin bazı özelliklerini yanına çekerek öne çıkarır. Buna göre örneğin alt sınıf erkeklere bazı şiddet kullanma ayrıcalıkları tanınır; azınlık etnik grup erkeklerin ünlü sporcular, şarkıcılar olabilmesi ile hegemonik erkeklik içindeki temsiline zemin oluşturulur. Çünkü hegemonya bu farklı erkeklik tarzlarının “melezleşmesi” ile kurulur; böylelikle ataerkillik yeniden üretilir (Sancar, 2009).

Öte yandan, Hearn (2004), “hegemonik erkeklik” kavramından değil de, “erkek hegemonyasından” bahsetmek gerektiğini vurgular. Hegemonik erkekliğin beyaz, orta-sınıf, orta yaş, heteroseksüel, homofobik, Anglosakson, Hristiyan, Batılı, bedensel olarak aktif olan erkeği tanımladığını vurgular. Bunlara ilahteven, egemen erkeklik deneyimlerinin risk almaktan kaçınmayarak, fiziksel sertlik ve dayanıklılık, ısrarcı ve sebatkar olma, saldırgan ve atak olma,

homofobik bir heteroseksüellik, duygusal olmayan rasyonalite, acıya katlanma ve şikayet etmeme, benmerkezcilik olarak açıklar (Connell ve Hearn, 2005). Hegemonyanın hem bazı erkeklerin hem de daha farklı yollardan kadınların onayını alan patriarkal iktidar ilişkileri olduğunu ifade eden Hearn, hegemonik erkekliği bağımsız bir sistem olarak sadece kültürel temsiller bütünü olarak ele almamak gerektiğini belirtir. Kavramın iktidar ilişkileriyle bağı, kurumsal yapılar ile olan kopmaz içsel birlikteliğini analiz edecek bir işlevselliğe sahip olması için yeniden formüle edilmesi gerektiğini vurgular (Hearn, 2004:55-57). Hearn, Connell'ın *Erkeklikler* (1995) adlı eserinde kavramı tek düze ve yapısalcı bir tanımdan çıkarıp, mücadele içinde oluşan, çatışma ve değişim içindeki bir hegemonik erkeklik tanımlamasına ek olarak, hegemonik erkeklik değerlerinin en güçlü savunucularının bu değerleri en iyi temsil eden erkekler olmadığını; tersine eril iktidarı elinde tutanlar ile hegemonik erkekliği kültürel değerler olarak temsil edenlerin farklı erkekler olma ihtimalini de vurgular. Kurumsal yapılar ile kültürel temsiller arasındaki ilişkinin karmaşık yapısını sorgulamaya alan Hearn, hegemonik işbirlikçi, tabi kılınmış ya da marjinal erkeklikler arasındaki ilişkileri analiz etmeye çalışır. Buna göre, hegemonik erkekliğin esas olarak kültürel temsillerden meydana geldiğini mi yoksa kurumsal iktidar ilişkileriyle koparılamaz bir bağının mı olduğu sorusunun hala muğlaklığını koruduğunu belirtir. Connell'ın kavrama ilişkin son tanımlama çabasının buna ilaveten iki soruyu da ortada bıraktığını belirtir; egemen erkeklik değerleri olan sertlik, saldırganlık ile kadınlara saygı ve işbirliğine yatkınlık gibi erkeklik değerleri arasındaki iktidar ilişkilerinin nasıl kurulduğunu sorgular. Aynı şekilde ekonomik/maddi kaynakların kontrolünü elinde tutanlarla, imgelerin üretimini denetleyen erkeklerin benimsediği erkeklik değerlerinin nasıl yanyana, birlikte var olabildiklerini ya da çatıştıkları sorusunun yanıtının yeterince açık olmadığını söyler. İkinci olarak, hala “erkeklik pratikleri” gibi “yumuşak” bir kavramsallaştırma yerine neden “hegemonik erkeklik” gibi “sert” bir kavramsallaştırmaya bağlı kalındığının da tatmin edici bir açıklamasının olmadığını belirtir. Hegemonyanın kolektif siyasal aktörler içinde işlediğini ifade eden Hearn, devletin, yasaların, kapitalistlerin, entelektüellerin vb. değişik biçimlerde bu ilişkiler ağı içinde bulunduğunu vurgular (Hearn, 2004:58-60; Sancar, 2009:37-38).

Kavrama bunlardan farklı bir eleştiri yönelten Jefferson ise (2002), daha farklı bir soruna dikkat çeker. Bir yanda “hegemonik erkeklik” tartışmaları olurken diğer yanda modern dünyanın ciddi bir “erkeklik krizi”yle karşı karşıya olduğu tezi tartışılmaktadır. Bu durumun çelişkiye dikkat çeken Jefferson'a göre, bir yanda Connell'ın öncülük ettiği hegemonik erkeklik kavramını odak alan, hiyerarşik iktidar ilişkileri içerisinde, her tür erkekliği birbiriyle ilişkilendiren ve sistemli

bir bütünlük olarak erkek egemenliğinin işlemlerini açıklamaya çalışan bir hegemonik durum analizi vardır.

Diğer yanda ise Faludi (1999) ve Mac an Ghail'in (1994) çalışmalarında vurgulamaya çalıştıkları “erkeklik krizi” vardır. Bu analize göre artık topluma yararlı bir şey üreterek kapitalizmin üretim süreçlerini sürdüren ve kamuyu şekillendirerek eril siyaset ve kamuoyu oluşturma tarzlarını üreten “egemen erkeklik değerleri” revaçta olmaktan çıkmıştır. Bunun yerine imgeler, reklam, süs ve tüketim kültürünün egemen olduğu bir erkek dünyasından bahsedilir. Küresel piyasalarda yeni liberalizmin egemenliği çağında artık alt-sınıf erkeklerin hayalinde tam gün bir iş sahibi olmak değil, şiddet, seks ve futboldan oluşan yeni bir erkek dünyası vardır. Artık babalardan öğrenilecek bir şey kalmamıştır. Her erkek kendi erkekliğini kendi başına keşfedecek ve yeni baştan tanımlayacaktır. Çöküşün, güvensiz ve istikrarsız yaşamların egemen olduğu küresel kapitalist hegemonya çağında ya da post-modern zamanlarda hegemonik erkeklikten söz etmek mümkün müdür? Tersine, burada söz konusu olan bir “erkeklik krizi”dir. Jefferson, (2002) erkeklik çalışmaları alanında bir yanda hegemonya iddiaları öte yanda bu iddia ile taban tabana zıt olması gereken “kriz çözümlenmeleri”ne dikkat çekerek yeni bir yorumun gerekliliğine vurgu yapar (Sancar, 2009:39).

Connell bu eleştiri ve yorumlara yanıt vererek hegemonik erkeklik kavramının ne işe yaradığını yeniden tanımlayarak kadın hareketinin mücadele pratiğinden, eşcinsel hareketin eleştirilerinden ve erkeklik üzerine yapılan ampirik çalışmaların oluşturduğu bilgi birikiminden bahsetmiştir(Connell, 2002). “Hegemonik erkeklik” kavramının bir yandan cinsiyet farkları oluşumunu sadece farklı sosyalleşme deneyimlerine indirgediği için terk edilen cinsiyet rolleri kavramının oluşturduğu boşluğa yerleşerek güçlendiğine ilaveten homojen ve totalci bir erkeklik kavramının yaratmış olduğu körlükleri aşma çabası içinde geliştiğini ve kavramın esas olarak farklı erkeklikleri vurgulamayı amaçladığını belirtmektedir. Connell, hegemonik erkeklik kavramının erkekler arası hiyerarşinin yanı sıra, erkeklerle kadınlar arasındaki hiyerarşiyi de önemseydiğini ve bu ilişkilerin tarihsel olarak değişebilirliğini göstermeye çalıştığını da tekrar vurgulamaktadır. Toplumsal cinsiyet düzeni daha çok kadınların yaşadığı ataerkil cinsiyet ilişkileri üzerinden sorgulanırken bu kavram sayesinde hegemonik ve diğer marjinal, bağımlı, tabi kılınmış erkeklikler arasındaki ilişkilerin olanaklı hale geldiğini de belirtmektedir (Sancar, 2009:40).

Öte yandan kavrama eklemlenen hegemonik erkekliğin kriz içinde olduğu tartışması hala sürmektedir. Bu tartışma, son otuz yıldır cinsiyet düzeninde hızlı bir değişim ve dönüşüm sürecine bağlı olarak hem kadın hem de gey ve lezbiyen hareketlerinin etkileriyle, erkeklik kavramının sorgulanmaya başlamasıyla ortaya çıkmıştır. Gey ve lezbiyen hareketleri, hegemonik erkekliğin temelini teşkil eden homofobik erkekliğin köklü bir sorgulanmasına yol açmaktadır. Gey hareketleri, muktedir olmanın sembolü olan heterokseksüelliği tehdit ederken, kadın hareketleri, roller dağılımındaki farklılaşmayla birlikte, kendilerini “kül kedisi” masalında olduğu gibi, erkeklerin “bencilliklerini okyaşan aynalar” konumundan kurtarmalarına bağlı olarak cinsler arası ilişkilerdeki değişimlerin habercisi olmaya başlamışlardır (Onur ve Koyuncu, 2004: 33).

#### **2.2.4. Eril Tahakküm ve Eril Habitus**

Günümüzdeki erkek egemenliğinin toplumsal boyutunu araştıran bazı düşünürler, toplumsal cinsiyeti iktidar ilişkileri örüntüsü içerisinde bir habitus olarak ele alırlar. Bourdieu'nun öncüsü olduğu bu görüş, kendi arzu ve isteklerini yerine getirme amacıyla, kendisini toplumsal iktidar ilişkilerinin bir uzantısı olarak inşa eden cinsiyetlenmiş beden ve Judith Butler'ın eylem ve fiil olarak bedenin performansı biçiminde gerçekleşen yaklaşımından beslenmiş bir tür sentezdir (Sancar, 2009; 189).

Modern toplumlarda ortaya çıkan eril tahakkümü iktidar karşısında boyun eğmenin tipik bir örneği olarak ele alan Fransız sosyolog Pierre Bourdieu, *Eril Tahakküm* (1998) adlı kitabında, eril tahakkümün tarihsel köklerine ve kültürel anlamda varoluş tarzına odaklanır. Ona göre, eril tahakküm bir cinsiyet düzeni olarak, cinsel atıflar ve pratikleri belirleyen bir dizi karşıtlıklar yoluyla bütün toplumsal evreni bir tür bilinçdışı kabuller ve arzular şeması olarak yaratır (Bourdieu, 2014). Bourdieu, eril düzenin, cinsel olanın ikili zıt karşıtlıklar ya da eril-dişil (yukarı-aşağı, ön-arka, sağ-sol, düz-yuvarlak gibi) ayrımlar şeklinde işleyen bir tür cinsiyetlendirilmiş kozmoloji ile üretildiğini belirtir (2014:20). Bu tutarlı karşıtlıkların (2014:25), içselleştirilmesi yoluyla bedenin cinsiyetlendirilmiş doğası, “doğalmış” gibi kabul edilir. Dolayısıyla doğallaşan ayrımların kendileri de bir çeşit toplumsal tahakküm düzeni haline gelirler. Cinsler arası ayrım da, insan tercihlerinin dışında “gerçek şeylerin düzeni” olarak görünür ve her şeyin içinde “normal” olarak tanımlanarak varoluş kazanır. Böylelikle öznelere habitusları oluşur; kabuller, düşünceler ve eylem şemaları olarak bir sistem meydana gelir. Cinsiyet farkları sistemi de bir şekilde eril tahakküm yaratır. Bu tahakküm ise cinsiyete dayalı

bir iş bölümü olarak yaşar ve her bir cinsin eylemini, konumunu, zamanını ve araçlarını düzenler. Cinsiyet de bu manada, toplumsal alanın yapısıdır ve bu durum erkeklere ayrılmış piyasalar ya da alanların oluşumuna karşıt olarak, evin özel alan-kadının mekânı- olması gibi farklı toplumsal alanlar farklı cinsiyet anlamlarına karşılık gelir (Sancar, 2009).

Bourdieu'nun da belirttiği gibi, eril tahakküme dayalı toplumsal evren, böylelikle, insan bedenini “cinsel olarak” belirlenmiş biyolojik gerçeklik olarak kurar. Eril iktidar ile bedenselleşen iktidar ilişkisi, ikili karşıtlıklar halinde ifade edilen toplumsal anlamlar aracılığıyla inşa edilir. Dolayısıyla Bourdieu'nun temel argümanı; eril iktidarı toplumsal ya da siyasal kurumlarda değil, bizzat bedenlere yazılmış halde anlama amacını taşımaktadır. Cinsel anlamlar olarak zıtlaştırılmış, ikileştirilmiş olanın toplumsal olana yazılması ile koşut olan şey, bu ilişkilerin somatizasyonu ile bedenlere yazılmış olmasıdır ve toplumsal anlamların ikili ayrıştırılması ile cinslerin ikili ayrışması, hiyerarşik ilişkilerin bedensel hexis<sup>3</sup> ile bedenselleşerek, bütün toplumsal farkları yeniden cinsiyetlendirmesiyle oluşur. Bourdieu'nun “sembolik şiddet” kavramıyla açıklamaya çalıştığı bu durum, eril tahakkümün temel işleyiş mekanizmasını oluşturur (Bourdieu, 2014; Sancar, 2009).

Eril tahakküm Bourdieu'ya göre, biyolojik doğaya indirgenerek meşrulaştırılır. Aslında bu doğanın kendisi de, bizzat “doğallaştırılmış toplumsal inşa”dır. Öte yandan Bourdieu, tahakküm ilişkilerini deneyimleyen bireylerin kendi öznellikleri ile tahakküme boyun eğmelerinin nasıl birlikte olabildiğini göstermeye çalışır. Açıkça silah ya da zor yoluyla boyun eğdirilme dışında, sembolik olan tahakkümü anlamak için zorun ötesine geçip, serbest ve hesaplanmış itaatın işleyişini anlamak gerekir (Bourdieu, 2014; Sancar, 2009:192). Diğer taraftan, toplumsal cinsiyet sisteminin, toplumsal bir iktidar konumlanışı olarak eril tahakkümle açıklanması bağlamında Bourdieu, habitus kavramının önemine atıfta bulunur.

Buna göre habitus, bir tür toplumsal pratik biçimi olarak bireylerin kişisel tarihleri tarafından belirlenen bedensel eylemdir. Özellikle de doğal davranışlar, bedensel ezberler ve bedene yazılmış otomatik eylemlerdir. Yine habitus, zihinsel bir durum olmaktan çok, bedenin kendi toplumsal eylemleri olarak tanımlanabilir (Sancar, 2009: 193). Öte yandan, toplumsal dünya,

<sup>3</sup> Bir şeyin bazı parçalarının anlamının sürekli değişirken, diğer parçalarının daha kalıcı ve bütünü sahiplenici hale gelerek, anlamları belirleyici olmasına işaret etmektedir. Yunanca kökenli bir terimdir.

farklılaşmış ama üst üste çakışan eylem alanlarından, bir bakıma her alana özgü habituslardan oluşmaktadır. Bir alanda birden fazla habitus mümkündür ve her toplumsal alana özgü, ekonomik, sosyal, sembolik ve kültürel sermaye biçimleri bulunmaktadır. Dolayısıyla, her bir alana içkin toplumsal ilişki kuralları ve sermaye edinim stratejileri mevzubahistir. Habitus ve sembolik sermaye kavramlarını kullanarak yapılan analizler de, toplumsal cinsiyeti farklı toplumsal alanlarda bireylerin bir tür “sermaye” olarak kullanacakları bir şeye dönüştürür (McCall, 1992; Bourdieu, 2014; Sancar, 2009: 193).

Habitus olarak toplumsal cinsiyet, sınıfsal özellikler ile cinsel özelliklerin birbirinden ayrılmayacağını ve mesleki alanlara denk gelen farklı sermaye biçimlerinin cinsiyetlendirilmiş anlamlarını gizlediğini gösterir. Gizlenen anlamlar, cinsiyetlendirilmiş habituslar tarafından cinsiyetsizmiş gibi anlamlandırıldıkları için fark edilemezler. Öte yandan toplumsal cinsiyet de bir tür sermayedir; çünkü görünmez ve evrensel bir halde bir tür kültürel sermaye olarak ve aynı zamanda bir habitus olarak asimetric olarak işler (McCall, 1992; Sancar, 2009). Dolayısıyla cinsiyetin tek bir alanda işleyen habitus değil, farklı kültürel alanlarda değişik biçimlere dönüşebilen sembolik sermayenin biçimi olduğu ifade edilir (McNay, 1999; 2009: 194).

Bourdieu'ya göre eril tahakküm, eril habitusun etkin olduğu, erkeklerin kadınları sadece nesnelere olarak elinde tuttuğu ve sembolik sermayenin gelişimine ve artmasına göre konumlandırıldıkları bir alanda gerçekleşir. Bu alanda eril tahakküm, hem ikili karşıtlıklar hem de beden üzerinden uygulanır. Asimetric bir yapıda olan iktidar ilişkilerinin etkin olduğu eril tahakküm düzeninde, iktidara sahip heteroseksüel erkek bedenin üstünlüğü, sembolik değişim ekonomisinin mantığında gizlidir. Diğer bir deyişle, kadınların konumlanması, akrabalık ve evlilik gibi ilişkilerin değişim nesnelere olarak, erkeklerin çıkarlarına uygun biçimde gerçekleşir ve böylece erkeklerin sembolik sermayesi artar. Eşit erkek cemaatleri arasında kadının konu edildiği değişimler, eril tahakkümün sembolik araçlarıdır. Buna göre namus, bir tür sembolik sermayenin birikimine tekabül ederek, bu bağlamda kendini kadın bedeninin gözetlenmesi ile gerçekleştirir. Böylelikle “eril gözetleme” sembolik iktidarın kendisidir ve bu sayede eril tahakküm kadın bedenini erkek bedeninin altında, bir tür sembolik mallar piyasasının nesnelere olarak kurar. Kadınların bu ilişkiler içinde tutunabilme koşulu ise, bedensel güvensizlik konumunda tutulabilmelerinin sürekliliğine bağlıdır. Bu şekilde sembolik bağlılık inşa edilir (Bourdieu, 2014; Sancar, 2009: 192).

Pavyon kültüründe ise eril habitus olarak adlandıracağımız sermaye biçimi, temelinde “erkek olmayı-erkekliği” merkeze alır. Öncelikle bedene referans veren bu sermaye biçimi, farklılaşmış sermaye biçimlerinin en başında gelir; bazı koşullarda da bu sermaye biçimi, ekonomik ve sembolik sermayeye eklenerek, hegemonik erkeklikleri birbirinden ayırır. Böylelikle pavyon alt kültürü eril tahakküm stratejilerinin kendine içkin bağlamlarda ortaya çıktığı bir iktidar alanı olarak kurgulanır. Öte yandan, ekonomik ve sembolik sermayeye sahip eril habituslar, birbirleri arasında ve birbirlerine yönelik olarak içsel, kadınlara yönelik olarak da dışsal tahakküm stratejileri geliştirirler. Dolayısıyla pavyon mekân/pratiğinde ekonomik ve sembolik sermayeyle oluşan eril habitus, kadınların bu alandaki iş bölümündeki konumlarına koşut olarak, onların birer cinsellik nesnesine indirgendiği bir tür asimetrik iktidar ilişkilerini yöneten aktördür.

Öte yandan, bu önemli bilgilere referans vererek, bu çalışmanın yanıtlamaya çalıştığı sorulardan biri olan Türkiye’deki hegemonik erkeklik inşasının, modern bir erkek habitusu olarak, farklı iktidar alanlarında nasıl şekillendiği ve birden çok hegemonik erkeklik yapılanmasındaki eğlence pratiklerinin nasıl oluşturulduğu sorusuna makul bir cevap bulabilmek için de Batı’da başlayan erkeklik çalışmalarının ve erkekliklerin nasıl kurulduklarına Türkiye örneğinde bakmak yararlı olacaktır.

### **2.3. TÜRKİYE’DE ERKEKLİK ÇALIŞMALARI VE MODERN HEGEMONİK ERKEKLİĞİN İNŞASI**

Sosyal bilimlerde erkek ve erkeklik konusuna olan ilginin 1970’lerin sonunda tarihlendiğini belirten Hearn’e göre, belirgin bir ilgi ve merak yükselişi asıl olarak 1987’den itibaren görülmektedir. Bu yıldan itibaren kendisini gösteren konuyla ilgili kitap ve araştırma artışının itici gücünü oluşturan etkenleri ise feminist çalışmalar, gey politikası ve yazını ve feminizme yönelik her türden erkek yanıtları olarak sıralamaktadır. Bu yanıtların bir kısmı “erkek çalışmaları” adı altında gelişirken, diğerleri “eleştirel erkek çalışmaları” başlığıyla disipline olmuşlardır (Hearn, 1996: 2002 akt. Atay, 2004: 13). Antropolojide de erkeğin “sadece bir erkek olarak” inceleme odağı olmasının ikinci dalga feminizmin doğuşunun ve feminist antropolojinin etkisinin sonucu olduğu kaydedilmektedir (Gutmann, 1997:310; Cornwall ve Lindisfarne, 1994: 27-29). Türkiye özelinde bakıldığında ise erkeklik konusu üzerinde akademik ve entelektüel odaklaşmanın gelişme düzeyinde olduğunu belirtmek gerekir. Atay’a



göre, Batı’da feminist hareketin kışkırttığı türden bir “suçluluk duygusu”yla erkeklerin kendilerine bakması üzerine, yani hem bir feminizmin bir ürünü hem de ona tepki mahiyetinde ortaya çıkan bir “erkek incelemeleri alanı” (2004: 14), 2010’lu yıllara kadar örgütlenememiştir. Türkiye’de erkeklik çalışmaları akademinin ilgisini 1980’li yıllarda çekmeye başlamıştır. Türkiye’de erkeklik çalışmaları alanında yapılan araştırmalar özellikle erkekliğin sosyalizasyon sürecini ve eril tahakkümün inşa edildiği iktidar süreçlerini doğallaştıran ilişkileri; sünnet törenleri, askerlik, iş bulma ve evlilik gibi olguları mercek altına alarak analiz etmeye çalışmaktadır (Akca ve Ergül, 2014; Sancar, 2009; Selek, 2008; Özbay, 2013). 2010’lu yıllardan itibaren de, Türkiye’de, sosyoloji, psikoloji, edebiyat, siyasal bilimler, medya çalışmaları gibi farklı alanlarda çalışan araştırmacıların ve aktivistlerin oluşturduğu bağımsız çalışma grupları ve erkeklik alanında sistematik bir şekilde araştırma yürüten akademik dergiler mevcuttur.

Feminizm, LGBTIQ+, toplumsal cinsiyet çalışmaları ve aktivizmlerinin açtığı eleştirel ve ataerkillik karşıtı yollardan ve onlarla temas içinde ilerleyerek, erkekliklerin eleştirisini yapan eleştirel erkeklik çalışmaları, akademik bir çalışma alanı ve bir eylemsel düzlem olarak faaliyettedir. Öte yandan, 2014 yılından bu yana *Masculinities Journal* başlığıyla yayımlanan akademik bir dergi de, Türkiye’deki Erkeklik Çalışmalarının sürdürülmesine katkıda bulunmaktadır. Üniversitelerdeki akademisyenler, araştırma platformu ve bağımsız araştırmacıların odaklandığı “Türkiye’deki erkekliğin nasıl inşa edildiği” sorusu bu araştırmalar genelinde, erkekliklerin sosyalizasyon süreçleriyle iç içe geçen iktidar pratiklerinde ve aşamalarında mercek altına alınır. Buradaki temel amaç, erkekliğin Türkiye’de hegemonya kurma pratikleriyle nasıl iç içe geçtiğini ve bu süreçteki siyasal, kültürel ve toplumsal etmenleri sorgulamaktır. Bu önemli çalışmaların bulguları ise Türkiye’de genel olarak “delikanlılık/harbilik” kodu ve “at, avrat, silah” söylemiyle temsil edilen hegemonik erkekliğin temsilinin heteroseksüel, kadın ve mülk sahibi olan, sahip olduğu kadını ve mülkü koruyacak gerektiğinde onlar uğruna dövüşecek, geleneksel değerlere bağlı aile babalarına tekabül ettiğine dayanmaktadır. Türkiye’deki popüler söylemde idealize edilen böylesi bir erkeklik kurgusuna dâhil olabilmek için de erkekler tarafından geçirilmesi zorunlu olan aşamalar/duraklar bulunmaktadır (Selek, 2008: 12). Bu aşamalar aynı zamanda akademik literatürde mevcut olan araştırmaların bulgularına göre; Sünnet, Askerlik, İş bulma ve Evlilik olan bir süreçler bütünü olarak erkekliğin kuruluş aşamaları olarak belirtilmiştir.

Türkiye’deki hegemonik erkekliğin inşa sürecinin başlangıcı olan sünnet olarak kabul edilir. Buna göre ilk olarak sünnet; İslam dininde peygamberin yaptığı, uyguladığı işlemlere verilen addır. Tıbbi anlamdaki sünnet ise dini anlamına referans verir. Sünnet aynı zamanda insanlık tarihinin en eski cerrahi işlemlerinden biridir. Sünnetin antik Mısır’da Sahara bölgesinde bulunan kaynağa dayandırılarak MÖ 4000 yıllarında uygulandığı görülmüştür (Gollaher, 2000:1). Dunsmuir ve Gordon’a göre (1999) antik Mısır’da sünnet hijyenin yanı sıra ahlaki, ruhani ve entelektüel gelişimin de bir parçasıdır. Fenikeliler ve daha sonra geniş oranda Museviler sünneti benimsemiş ve gelenekselleştirmiştir. Sünnet zaman içerisinde Musevilik dini uygulamasına dahil edilmiş ve tanrı ile insan arasındaki anlaşmanın görünür bir işareti olarak kabul edilmiştir (Akt. Yavuz, 2014).Öte yandan sünnet erkekliğin kurgulanması ve inşasında tarih boyunca önemli olmuş, Müslüman ve Yahudi toplumlarında erkekliğe geçişte ilk ve en önemli ritüel olarak kabul edilmiştir (Taşıtman, 2012). Türkiye’de dinsel bir zorunluluk olarak uygulanmanın yanı sıra, erkek çocuklarına daha çok erkek olma sürecinin bir parçası olarak sunulmaktadır. Sünnet dini anlamlarının yanı sıra güçlü bir kültürel anlamla işlenerek erkeklik üzerine kurulur. Sünnet töreni erkek evladının erkekliğe geçişini kutlayan aile için önemli bir organizasyondur. Sancar’ın da ifade ettiği gibi egemen erkekliğin inşasına herkes katılır ve bu durum erkeklik inşasını kolektif bir üzüntüye, eğlenceye ve çoğu zaman da bir ritüele dönüştürerek herkesi bu inşaya ortak eder. Çocukluğun bağımlılığı ve zayıflığından ayrılarak yetişkin erkeklerin dünyasına geçmeyi yeni bir aidiyet duygusuna sahip olmayı içeren erkekliğe geçiş töreni ile erkekler, erkekliklerine kolektif olarak güven duymayı öğrenirler. Sünnet erkek çocuğunu bütünün parçası, cemaatin üyesi yapar (Sancar, 2009: 19). İkinci aşama olan askerlik ise bir bakıma “erkeğin piştiği ocaktır”. Cumhuriyetin kuruluşundan sonra 1927 de TBMM tarafından onaylanan yasaya göre her Türk erkeğinin zorunlu vazifesi askerliktir. Anayasanın 72. Maddesi ile vatan hizmeti her Türk’ün hakkı ve ödevi olarak tanımlanmış, Türkiye Cumhuriyeti tebaası olan her erkek zorunlu olarak bu görevi yerine getirmekle yükümlü kılınmıştır. “Askerlik ulus devlet yapılanmasında genç erkeklerin zorunlu olarak yaptığı, ülke güvenliğini sağlama görevini yerine getirdiği, kitlesel olarak katılım gerektiren bir hizmettir” (Akt. Yavuz,2014). Öte yandan, askerlik militarist kültüre sahip olan Türkiye kültürüne özellikle uluslaşma sürecinde fazlaca entegre olmuş bir kurumdur ve devleti baba askerliği peygamber ocağı askeri ise Mehmetçik olarak adlandıran sistem, dini referanslarla askerliğin kutsal bir görev olarak tanımlanmasını sağlamıştır. Bu anlamda askerlik pek çok erkeğin önüne evlenebilmesi ve bir iş kurabilmesi ya da işe girebilmesi için sınanması gereken bir kıstas, aşılması gerekli bir eşik olarak konulmaktadır. Sancar’a göre askerliğin erkekleri ikna olmaya yöneltecek kültürel pratikler içermesi zorunludur. Militarist pratiklerin içselleştirilmesi ve erkeklerin ölme ve öldürmeye hazır hale gelebilmeleri için askerliğin bir tür “erkeklik imtihanı”

olarak var olması gerekir ki ancak bu imtihanı başarı ile geçenler “sağlam erkek” olarak topluma katılmaya hak kazanabilsinler (Sancar, 2009:155). Zira cinsiyetçilik, homofobi, ırkçılık/ milliyetçilik ve bütün bunların dolayımıldığı bir alan olarak militarizm hegemonik erkekliğin oluşmasını ve pekişerek normal/normatif kılınmasını sağlayan unsurlardır. Askerlik aynı zamanda hegemonik erkekliğin kurulduğu en önemli kurumlardan biridir. Hegemonik erkeklik kendisini kamusal manada heteroseksüel bir imajla temsil ederken, askeri eğitimler erkekliğin ispatlandığı, kadınsı olmanın hakaret olarak kabul edildiği saldırgan erkekliğin yüceltildiği deneyimler olarak bir erkeği çocukluktan çıkardığı gibi onun kadın olmadığının da ispatını sağlar. Kadınların dışta tutulduğu homososyal erkek mekânları olarak kışlalar da hegemonik erkek kurumları olarak “erkeklik ve erkeklik normlarının tekeli altına alınan ve hegemonik erkekliğin doğallaştırıldığı” kurumlardır (1998:213).

Askerliğini bitiren her erkekten öncelik olarak beklenen çalışma yaşamına atılmasıdır. Bu da Türkiye’deki hegemonik erkeklik inşasının üçüncü aşamasıdır. Öte yandan, Collison ve Hearn’e göre, endüstriyel kapitalizm çağında modern erkekliğin kurulduğu en önemli yerlerden biri çalışma yaşamıdır (1996;2005). Erkekliğin önemli bir kısmı iş yerinde kurulur. Çalışma ilişkileri, ev, aile, iş yeri, kamusal dünya ve devlet gibi çok değişik alanların iç içe girdiği ilişkiler ağıdır (Sancar, 2009:59). Buna göre erkekler para kazanırken ev dışında olmanın getirdiği sosyal açıdan üstün bir konuma kavuşurlar. İşin ekonomik boyutları daima kültürel ve toplumsal boyutlarla beraber işler. Bir işte çalışıyor olmak, erkeklik imtihanının ve hegemonik erkekliğin öncül koşuludur. Bir erkek için toplumsal kabul ve kimlik çalışan/para kazanan olarak ataerkil düzende söz sahibi olmayı başararak elde edilir. Bir erkeğin işi varsa kadın ve çocuklar üzerinde hegemonya kurabilir, onların üzerindeki kontrol yetisini genişletebilir. İşsizlik ise bir erkek için kadınsılaşmakla eş bir suçlama ve aşağılanmayı beraberinde getirir. Bu durum kadının özel alan ve erkeğin kamusal alanla ayrıştırılmış olan faaliyetlerinin cinsiyetçi iş bölümü tarafından belirlenmiş olmasının da bir sonucudur. Bir erkeğin yetişkinliğinin ve gerçek bir erkek olarak görülmesinin en önemli ölçütü düzenli bir iş sahibi olmasıdır (Sancar, 2009:102). İşini bulan/kuran, çalışma yaşamına atılmış bir erkeği bekleyen en son imtihan ise evlenerek çocuk sahibi olmasıdır. Ataerkil düzenin devamlılığı ve hegemonik erkekliğin ispatı, erkeğin ailenin reisi olarak kodlandığı sistemin kurulmasıyla sağlanır. Ataerkil toplumsal yaşantıda evli olmamanın psikolojik yükü ağır olduğundan, erkekler evliliğe yönelirler. Sancar’a göre satacak bir şeyleri olmayan mülksüz bir erkeğe bile üzerinde otorite sahibi olacak bir ailenin geçimini sağlama yoluyla saygın bir statü verir. Erkeğin evlenerek bir aileye reis olması en yaygın erkeklik inşa stratejisi haline gelmiştir. Mülksüz erkeklerin kapitalist piyasada

çalışacakları bir iş buldukları zaman emeklerini satmaya rıza göstermelerinin altında yatan neden budur. Çünkü kapitalist sömürü ilişkilerine göz yumarak ancak sahip olacakları erkek ayrıcalığı, bir kadına ve çocuklara sahip olarak sağlanır (Sancar, 2009).

Yukarıda verilen önemli referanslardan da anlaşılacağı üzere, Türkiye’de hegemonik erkekliğin kurulumu belirli aşamalara sahip olan bir süreçtir ve erkeklik her zaman çeşitli pratiklerle toplumsala kanıtlanması gereken bir olgudur. Türkiye’deki erkeklik inşa sürecinin bu araçlarla yapılandırılmasının nedeni ise modernizmle gerçekleşen yapısal dönüşümlerin toplumsal cinsiyet rejimini de büyük ölçüde yeniden şekillendirdiği tarihsel süreçlerde aranılabilir. Zira Türkiye’deki hegemonik erkeklik sürecinin ilk aşaması olan sünnet her ne kadar dini-kültürel ve geleneksel pratiklerle yapılandırılan ve Türkiye coğrafyasında yaşayan tüm erkekler için zorunlu olan bir toplumsal aşama olsa da, diğer aşamalar Türk modernleşmesi ile toplumsal değişimlere koşut olarak yeniden üretilmiştir. Keza, Osmanlı’da “tebaanın bir üyesi olan erkek” ile, erken Cumhuriyet modernleşmesini yaşayan “yurttaş” erkek arasındaki hegemonik erkekliğin inşa süreçleri ve erkekliğin toplumsal kabul tanımı birbirinden farklıdır. Dolayısıyla Türkiye’deki erkeklik inşa sürecinin sünnetten sonraki aşamalarını; mesela askerliği; “modern bir yurttaş olarak askerlik görevini yerine getirme”, iş sahibi olmayı; “modern-kapitalist rekabet piyasasında bir iş sahibi olabilme” ve evliliği; “modern çekirdek ailenin reisi olmak” olarak yeniden okuyabiliriz. Çünkü bu faktörler bizlere eşitsiz toplumsal cinsiyet rejimini erkek lehinde kodlayan ataerkil yapının modernizmle olan işbirliğini gösterebilme potansiyeline sahip hususlar olarak yorumlanabilirler. Yine Türk modernleşmesinin günümüzdeki ürünü olan modern-kapitalist sistemin bir ayağını dayandırdığı toplumsal cinsiyet rejiminde, erkekliğin niçin daimi olarak kadınlıktan daha çok itibar gördüğünü anlamamız için tarihsel süreçlere odaklanmamız yerinde olacaktır. Öte yandan, erkeklik ve modernizm arasında özellikle eğlence konusunda temellenen bağlantıyı daha sağlam kurabilmemiz için hegemonik erkekliğin bölgesel ölçekte Türkiye’de, yerel ölçekte ise Ankara’daki kapitalist eğlence piyasasında nasıl şekillendiğine ve genel anlamda modernizmle şekillenen erkekliğin, spesifik anlamda ise Türk modernleşmesinin modernleştirdiği erkekliğin inşa süreçlerine tarihsel perspektiften bakmak önemlidir.

Türkiye’deki hegemonik erkekliğin inşa sürecindeki aşamalar erkeklerin günümüzdeki toplumsal kabul ve farklı iktidar alanlarındaki değişimlere göre şekillenmeye de başlamıştır. Bu aşamalar her erkek için zorunlu kabul edilse de, farklı hegemonik erkekliklerin kurulmasının mümkün olduğunu gösteren farklı kültürel iktidar alanları da mevcuttur. Başka bir deyişle, bu çalışmanın merkezine aldığı hegemonik erkeklik(ler) ve eğlence konusunda, Türkiye’nin

Ankara ilinde faaliyet gösteren, yabancı müzik çalan bir pub'ı eğlence pratiği olarak seçen bir erkeğin hegemonik erkeklik inşa süreçleriyle, eğlenmek için Ankara havaları çalan bir pavyonu seçen erkeğin hegemonik inşa süreçleri birbirinden farklıdır. Her iki farklı kültürel tabakada hegemonya kurma pratikleri de dolayısıyla birbirinden ayrılmaktadır. Hegemonik erkekliğin bu çalışmada odağa alınan pavyon eğlencesi ile olan bağlantısı, modernizmle yeniden şekillenen kentin yine modern bir mekân-pratiği olarak öne çıkan modern eğlencenin erkeklik inşa süreçlerine nasıl eklemelendiği ve bu eklemelenmenin erkekliği kendi iktidar alanında, pavyon kültüründe hangi pratikler ve motivasyonlarla “hegemonikleştirdiği” sorusuyla açıklanmaya çalışılmaktadır. Bunun için de öncelikle modern erkeklik, modern toplumsal yaşam ve Türk modernleşmesinin tarihsel süreçleriyle dönüşen eğlence pratiği hakkında detaylı bilgi vermek önem teşkil etmektedir.

## **2.4. MODERN ERKEKLİK, MODERN TOPLUMSAL YAŞAM VE EĞLENCE PRATIĞI**

Modern dediğimiz toplumun oluşum sürecinde, diğer deyişle endüstriyel kapitalizmin başat hale geldiği çağda ortaya çıkan dönüşümler, belli erkeklik tarzlarının da gelişimine yol açmıştır. Endüstriyel kapitalizmin gelişiminin başından itibaren, küresel çapta bir sömürgeci- emperyalist şekilde ortaya çıkan bu sistemin, dünyanın geri kalanına hükmetmesi makul ve meşru olan “beyaz- Batılı- uygar” sıfatlara sahip bir tür üstün insanın daha doğrusu bir “erkeğin” ortaya çıkışı ile birlikte olduğu görülmektedir. Bu gelişim, ırk bilimin dünyanın geri kalanındaki “ilkel”, “vahşi”, “barbar” topluluk kültürlerinin ne kadar farklı ve az gelişmiş olduğunu keşfetmesi ile ilerlemiş ve Batı'nın teknoloji ve bilimde üstünlüğünü kanıtlayan “aydınlanmış” erkeklerin dünyayı yönetme hakkına dönüşmüştür. Modern zamanların egemen erkeklik tanımlarının kökeninde, kapitalizmin bu küresel “macerası”nın aktörleri olan Batılı erkeklerin yaşadıkları süreci anlamlandırırken, sömürgeleştirilen coğrafyalarda yaşayan toplulukların erkekleri ile kendi aralarındaki farkları tanımlama tarzları olduğu söylenebilir. Bu anlamlandırmada kendilerini dünyayı yönetme hakkına sahip erkekler konumuna koydukları ve farklı erkeklikler arasındaki hiyerarşiyi gösteren bir sınıflandırma ile Batı'nın sömürgeci pratikleri sayesinde “Batılı uygar erkek- Doğulu barbar erkek” ayrımını ürettikleri bilinmektedir (Morrell ve Swart, 2005a; 2005b; akt. Sancar, 2011:47).

Modern cinsiyet düzeninin oluşumu, yaklaşık dört yüz yıl sürmüş ve esas olarak küresel bir imparatorluk olarak kapitalizmin ve Kuzey ekonomilerinin sömürgeci düzenleri ile birlikte

oluşturmuştur. Avrupa’da bireysellik- kişilik odaklı düşünme biçiminin gelişimine paralel şekilde cinselliğin bireysel beden dokunulmaz hakkı olarak tanımlanması ve heteroseksüel evliliğin dinsel püritenizmin ve papazlık temelli cinselliğin reddinin yerine geçmesi gibi farklı faktörlerin gelişim sürecinde, zorunlu heteroseksüellik kültürel olarak egemen olmaya ve hukuki norm haline gelmeye başlamıştır. İnsanların “birey” olduğu fikrinin yayılması ve bağımsız-özgür insan anlayışının felsefi güç haline gelişi aslında modern erkeklik değerlerinin inşasını olanaklı kılmıştır. “Akıl ve mantık sahibi birey/erkek” hem bir Dünya imparatorluğu olarak kapitalizmin, hem de erkek üstünlüğü olarak ataerkilliğin de gelişimini sağlayan ortak düşünsel zemindir (Sancar, 2011: 48). Öte yandan, eril tahakküme dayalı modern toplumların oluşumunda güçlü merkezi devletlerin oluşumunun rolünü de özellikle vurgulamak gerekir. Özellikle de büyük sayılarda erkeği “vatandaş-asker” yapan ulusal orduların ortaya çıkışının ataerkil iktidarın kurumsallaşmasında stratejik önemi vardır. Ulus devletlerin temeli olan vatandaş erkeklerden oluşan kitlesel ordular bu savaşlar boyunca gelişip güçlenmiş ve sömürgeci fetihler ile eril ideolojinin kurumsallaşmasına yol açmışlardır. Ortaçağda erkeklik pratiklerinin sadece sınıfsal olarak aristokratlara ve onların şövalyelerine askerlik yapma ayrıcalığı sunan vatandaş-orduların gelişimi, sıradan erkekleri de devletle bağlantılı erkeklik “kimliğine” kavuşturmuştur. Her sınıftan erkeğin, özellikle de alt sınıftan erkeklerin bu ordular emrinde savaşmaya ikna edilmesini sağlayan milliyetçi ve militarist ideolojilerin gelişimi de bu süreçte stratejik rol oynamıştır (2011: 49).

Modern cinsiyet rejimleri, cinslerin ikili karşıtlığına (dikotomik) ve bunların aralarındaki hiyerarşik düzene dayalı kadınlık-erkeklik tanımlarına dayanmaktadır. Bu zihniyetin kapitalist sömürge düzeninin dünya çapındaki gelişimine paralel olarak ortaya çıktığı ve bunun Batı modernliğinin temel bir özelliği olduğu iddia edilmektedir. Modern cinsiyet rejimleri bu ikili karşıtlık kurma mantığının yanı sıra-çoğu zaman da bu sayede- insan davranışlarına ve toplumsal ilişkilere cinsiyet özellikleri atfedilerek, toplumsal olanın cinsiyetlendirilmesi yoluyla işler. Cinsiyetin tek tek insanların özelliklerinden, toplumsal anlamlar sistemine aktarılması ve cinsiyet özelliklerinin karşıtlıklar/zıtlıklar olarak işleyen “doğal bir düzen” olarak tanımlanması, bu cinsiyetlendirme mekanizmalarının temelidir (Bourdieu, 1998 akt. Sancar, 2011: 49).

Batı’da 18. yüzyıla kadar, kadınların erkeklerden farklı, daha aşağı ve gelişimini tamamlamamış bir insan türü olarak görüldüğü bilinmektedir. Modern cinsiyet rejiminin oluşum süreci, bu tür cinslerin farklılaştırma stratejilerini endüstriyel kapitalizmin gereklerine uygun olarak işleyip

derinleştirmiştir. 19. yüzyılda burjuvazinin kendini aristokratik ayrıcalıklar karşısında güçlendirme gereksinmesine çare olarak geliştirdiği “özel alan” ve “kamusal alan” ayrımının cinsiyet farkları ve hiyerarşileri ile ilgili bir ayrıma dönüştürülmüş olması da buna bir örnektir. Modern erkeklik tanımları da, bu bağlamda tarihsel olarak yeni bir dönemin ürünleri olarak ortaya çıkmışlardır. Yine, Batı’daki feodalizmin çöküşü ve 19. yüzyılın sanayi devrimine paralel olarak ortaya çıkan toplumsal gelişmeler, bir dönemin baskın erkeklik sistemi olan feodal erkeklığın yerine, yeni bir tür erkeklik tarzının gelişip yerleşmesine vesile olmuştur. Bu gelişimin belirlenmesindeki temel nedenler ise; bir yanda liberal devletin gelişimiyle ortaya çıkan kadın hareketi/feminist hareketin sürdürdüğü mücadelenin feodal erkeklik tarzını sürdürülemez hale getirmesi, diğer yanda ise yine liberal devletin “vatandaşlık” kavramının insanların doğuştan eşit olduğu fikrini sunmasıdır. Modern erkek egemenliği düzeni de, eril şiddetin kurumsal, politik ve ideolojik kaynağı olan “militarizm”e dayalı kitlesel ulus-orduların ve profesyonel örgütlenme tekniği olarak bürokrasinin gelişimi, silah ve ulaşım teknolojisindeki sürekli ilerlemeler ile pekişmiştir (Connell, 1995: 192). Eril tahakkümün dönüşüm sürecinde, feodal erkeklik sisteminin toprakta mülkiyeti ya da silahlanma hakkını elinde bulunduran *gentry*’lerinin modern iş adamı ve bürokrata dönüşümü ve metropolitan kentlerde konumlanışı ile köylü nüfusun endüstriyel toplumun kentli işçi sınıfına dönüşüm süreçleri ile iç içe geçerek bugünün cinsiyet rejiminin temellerini oluşturmuştur (Sancar, 2011: 49-51).

Modern erkeklik ve buna bağlı olarak modern ataerkil dönüşümün nüvelerine Türkiye ölçeğinde bakmak içinse özellikle Osmanlı’nın son dönem batılılaşma-modernleşme çabaları ve yine erken Cumhuriyet dönemi modernleşme pratiklerine bakmak gerekir. Zira çok uluslu bir imparatorluktan, ileride kapitalist sermayeye teşvik verecek olan yeni bir ulus devlete dönüşüm sürecinde, toplumsal alanlarda- toplumsal cinsiyet rejiminde- oldukça çatışmalı kutuplaşmalar da meydana gelmiştir. Özellikle Osmanlı sonrasında yeni kurulan Türk devleti, kendisinden önceki bir politik sistemin getirisi olan “geleneksel ataerkil rejimi” yıkarak, yerine Batılılaşma-çağdaşlaşma düşüncesiyle “modernize olmuş” yeni bir ataerkil sistem inşa etmiştir. Dolayısıyla bu açıdan bakarsak, Segal’e göre bütün bu değişimler olurken, erkeklerin iktidarını ve bundan dolayı da simgesel erkeklik statüsünü yeniden üretmeye devam eden şey, belirli tipten erkeklerin belirli özellikleri ve davranışları değildir. Segal ataerkilliği, erkeklik davranışları ve ataerkil toplumun özelliklerinden etkilenecek yeniden üretildiği için, bunu bir grubun bilinçli eylemlerinin sonucu olarak değerlendirmek yerine, değişen sosyal şartların etkisiyle oluşan hareketler olarak düşünmek gerektiğini vurgular. Ona göre Batı erkeklik tarzları ve imgeleriyle, Türk ve İslami erkeklik tarzları ve imgeleri arasındaki farklılıkların kendi başına ilginç bir konu

olsa bile kültürel çeşitlilikten başka bir önemi yoktur (Segal, 1992: 16; Demez, 2005: 145). Buna göre temeli erken modernleşme sürecinde atılan yeni ataerkilliğin, yeni erkek egemen değerleri üretmek kendi politik ve tarihsel koşullarında hegemonik erkekliği tekrar inşa ettiği de söylenilebilir.

Kandiyoti'ye göre köylü toplumlarındaki ataerkillik ilişkileri daha baskın ve kadın erkek arasındaki toplumsal cinsiyet ayrımları daha belirgindir. Endüstri toplumlarındaki cinsler arası ilişkilerle karşılaştırılamayacak hiyerarşi, bağımlılık ve iktidar yapıları görülür. Kırsal kesimlerde kadın ve erkeğin birbirlerine bağımlılığı karşılıklıdır (Demez; 2005: 145). Türkiye'de ise erken Cumhuriyet modernleşmesini müteakiben ortaya çıkan kentli-köylü ve şehir- kırsal gibi karşıtlıklar ve politik söylemlerle yeniden şekillenen toplumsal cinsiyet düzenindeki hiyerarşik yapılanmalar, Türkiye'nin yıllar içerisinde değişen sosyo-kültürel yapısının tarihsel sürecinde inşa edilmişlerdir. Yine Kandiyoti'ye göre Türkiye'deki bu dönüşümler basit bir ekonomik yaklaşıma sığdıramayacak kadar karmaşık ve çelişkili sonuçlar da doğurmaktadır. Çünkü Türk toplumunda kadının üretime etkisinin çok yüksek olduğu göçebe aşiretler bile ataerkillikte kimseden geri kalmamaktadırlar. Ancak diğer Müslüman topluluklarda görülen cinslerin mekânsal ayrımına Türk toplumunda yer yoktur. Yerleşik köy topluluklarında kadınların üretime katkı biçimleri yerine göre değişebilmektedir. Bu toplumlarda kadınların konumlarını belirleyen temel etmenler, yaşları, doğurganlıkları, ailedeki yerleri, gelin, kaynana, erkek annesi olup olmamasına göre belirlenmektedir. Sosyal değişime boşlukta değil, kendine ait güçleri olan bir takım yerel yapılarla etkileşim halinde gerçekleşir. Türkiye'deki kırsal dönüşüm ve pazarla bütünleşme hem kökeni Osmanlı'ya dayanan baba temelli ataerkilliği sarsarak genç kuşağa daha fazla özgürlük tanımış hem de evde üretilen mal ve hizmetlerin dışarıdan satın alınmasını kolaylaştırarak kadınların çok ağır olan iş yükünü hafifletmiştir (Kandiyoti, 1997: 9). Ayrıca, Türkiye'ye özgü tüm bu değişimlerin yanında bilinçli çalışmalarda kadın erkek kimlikleri aydınlar tarafından etkilenmeye çalışılmıştır.

1930'lu ve 1940'lı yıllarda yayınlanan "Yeni Adam" adlı haftalık gazetede, İsmail Hakkı Baltacıoğlu yeni erkek ve yeni kadın modellerini çizmektedir. Baltacıoğlu'na göre; yeni adam "tabiatın kuvvetlerini toplumun yararına kullanan, ihtisas sahibi, toplumcu, endüstrici, sporcu" bir model olarak tanımlanır (Durakbaşı ve Cindioğlu, 2003:43). Berktaş'a göre ise, Cumhuriyet dönemi erkeklerinin, kimliklerinin oluşmasında-tüm Türk toplumunda olduğu gibi- geleneksel değerleri sahiplenme ve alaturka görünmeme korkusu arasında sıkışık kalmış olmanın verdiği



gerilim belirleyici olmuştur. Kadının geçiminin sağlanmasının büyük ölçüde erkeğe ait olması nedeniyle bu yükümlülüğü yerine getirememesi durumu, erkeği en azından geleneksel değerler açısından rahatsız eder. Cumhuriyetle birlikte, kadının kamusal alana çıkmasına izin veren yeni toplumsal yapıda devam eden bu korkuyla başa çıkmanın yolunu kadını kamusal alanda cinsiyetsizleştirmek ve “kutsal ana” rolünü benimsetmekte bulmuşlardır (Berktaş, 1998: 3). Böylelikle yeni şartların olduğu ortamda yeni kadın ve yeni erkekleri yeni davranış kalıpları ve yeni bir ahlak anlayışı beklemektedir (Demez, 2005).

Bu önemli bilgiler ışığında bu araştırmayla bağlantılı biçimde sorulacak soru şudur; Batı’da gerçekleşen bu dönüşümle birlikte Türkiye’deki modernleşme, toplumsal cinsiyet rejimi ile sosyal yaşamın bağlantısının bir kolunda bulunan “eğlence” özelinde kendisini nasıl var edebilmiştir? Modernleşme hareketinin aslen cumhuriyetle birlikte başlamasından itibaren Türkiye’deki modern toplumsal cinsiyet rejimi, modern toplumsal yaşam ve eğlence kavramlarının birbirleriyle iç içe geçen kuramsal açıklamasını güçlendirmek ve yukarıdaki önemli bilgilerin bu kuramsal açıklamayla daha makul bir şekilde bağdaştırılabilmesi için kısaca Türk modernleşmesine ve modernleşme hareketinin başlangıcının denk geldiği Osmanlı’nın son dönemlerindeki toplumsal cinsiyet ve eğlence hayatına kısaca değinmek önemli olacaktır. Böylelikle modernleşme ile birlikte dönüştürülen sosyal hayat ve toplumsal cinsiyet bağlantısı, eğlence özelinde daha anlaşılır bir hal alacaktır.

#### **2.4.1. Türk Modernleşme Hareketi, Osmanlı’da Eğlence Anlayışı ve Osmanlı Erkekliği**

Türk modernleşme hareketinin başlangıcı Osmanlı’nın bir devlet olarak tarih sahnesinde kaldığı son dönemlerine tekabül etmektedir. 19.yüzyılda Batı’da başlayan endüstriyel, toplumsal ve siyasal gelişmeler Osmanlı’ya da intikal etmiş ve o dönemde çağdışı kalmak istemeyen bir devlet olarak her anlamda prestijini muhafaza etmek isteyen Osmanlı’nın modernleşme projesinin başlamasına vesile olmuştur. Osmanlı-Türk modernleşmesi sürecinin erken dönemlerini anlamak için 19.yüzyılın ortalarına kadar giden çalışmalar ve araştırmalar oldukça iyi tanımlanmış bir araştırma çerçevesini bizlere sunmaktadır. Bu dönemlerin karakteristiği, birçok araştırmacı gözünden saptandığı üzere, Avrupa karşısında gerileyen Osmanlı İmparatorluğunun bunu bir uygarlık kaybı olarak yaşaması ve buna karşı düşünülen çarelerin yarattığı sonuçlarla toplumsal ve siyasal olarak yüzleşmedir. Bu anlamda Osmanlı’yı değişime zorlayan şey, Avrupa’da kapitalizmin endüstri devrimi aşaması ve eş zamanlı olarak Avrupa’nın

büyük topraklarını yöneten imparatorlukların yok oluşu sürecidir. Bu sürecin yarattığı dinamiklerin bir sonucu olarak da ulus-devletlerin ortaya çıkışıdır (Sancar, 2014: 81-82).

Avrupa endüstri devrimi ile yeniden şekillenirken bunun Osmanlı coğrafyasında yarattığı yıkıcı etkilere karşı koymaya çalışan yeni elitler, modern ve güçlü bir devlet kurma düşüncesindeydiler. Osmanlı'nın imparatorluktan ulus-devlete dönüşümü Avrupa'nın zengin kent devletlerinin tüccar-burjuvaların hakimiyetinde yaşadığı, ticareti ve üretimi düzenleyecek modern devlet kurumlarının gelişimine benzer bir dönüşüm olarak gerçekleşmedi. Avrupa'nın dağılmakta olan diğer imparatorluklarının yaşadığı deneyime benzer biçimde, Osmanlı'nın kalıntılarının Avrupa'nın endüstriyel kapitalist gelişim dinamikleri karşısında güçlendirilecek bir "Türk Devleti" ve onun meşruluk kaynağı olacak bir Türk ulusu yaratılmasıydı bulunan çözüm. Dolayısıyla Osmanlı İmparatorluğu'nun 19.yüzyıldan başlayan değişiminin piyasa odaklı bir modern devlet gelişiminden çok, ulus devlet kurma odaklı bir toplumsal değişim süreci olduğu da söylenebilir. Sürecin önde gelen politik mimarı ise ulus-devlet kurma amacına hizmet edecek ideolojik-politik-kültürel dönüşümleri arzulayan bir siyasal hareket olarak Türk milliyetçiliği ve bu hareketin önde gelen temsilcileri olarak Türk milliyetçileridir. "Erken modernleşme dönemi" olarak tanımlanabilecek bu dönemde milliyetçi elitlerin toplumu yeni bir aşamaya taşıyacak politikaları uygulayacak bir siyasal yapı olarak yeni bir devlet inşasını tahayyül etmeleri ve gerçekleştirmeleri belirleyicidir. Bu aynı zamanda milli inşa projesi olarak da adlandırılabilir ki, milli inşa projesine giden yolda cinsiyetlerin de anlam ve işlevleri ile ilgili yapılarının ve algılarının da dönüşmekte olduğu görülmektedir (Sancar, 2014: 82).

1839 yılında ilan edilen Tanzimat Fermanı'yla birlikte Osmanlı Devleti siyasal ve sosyal anlamda modernleşme sürecine girmiş ve modernleşme devletin ayakta kalma stratejisi olarak belirlenmiştir (Kodaman ve Akçay, 2010). Osmanlı modernleşmesinin başlangıcı olarak kabul edilen Tanzimat dönemiyle birlikte siyasal, sosyal ve ekonomik alanlarda reformlar yapılmış ve Osmanlı'da modernleşme düşüncesi bürokratik ve toplumsal kurumlarda da önemli dönüşümlere sebep olmuştur (Kahraman, 2013). Politik, ekonomik ve sosyal gelişmeler ve dönemin hakim elitleri tarafından "modernleşme-çağdaşlaşma- Avrupalılaştırma" akımlarının kültürel ve toplumsal katmanlarda yayılmaya başlaması Osmanlı'nın son dönem modernleşme sürecindeki toplumsal cinsiyet rejiminde de belli dönüşümlere-önceki dönemlerine göre nispeten de olsa ivme vermiş, özellikle kadın hakları ve kadının kamusal alanda kısmen görünür hale gelmesine vesile olmuştur. Dolayısıyla Tanzimat reformları ve Meşrutiyet hareketlerinin

yarattığı özgürleşme dinamikleri ve bu süreçlerin evrildiği Cumhuriyet modernleşmesi de erken modernleşme sürecinin önemli dönemeçleri olmuştur. Bu sürecin Avrupa’da faşizmin yükselişi ile İkinci Dünya Savaşı’nın tetiklediği otoriterleşme eğilimleri etkisiyle modernleşme hareketlerinde önemli bir içe kapanma ve muhafazakarlaşmanın başladığı 1930’lu yıllara dek sürdüğü söylenebilir. Nitekim 1940’lı yıllardan sonra bu kapanmanın gölgesi modernleşme hareketinin üzerine düşmüş ve *yenilikçi modernlik* ile *gelenekçi modernlik* ayrımları yapılsa bile bunların arasındaki mesafe giderek ortadan kalkmıştır (Sancar, 2014: 81).

Osmanlı’nın “yakın çağını” 1908 yılında başlatan Sina Akşin’e (1989;1997) göre, II. Meşrutiyetle birlikte ilk kez Saray’ın gücünü dengeleyebilecek bir karşıt güç ortaya çıkmıştır-ki hanedanın yönetimini merkeze alan Osmanlı Devleti için bu oldukça radikal olarak nitelendirilebilecek bir gelişmedir. Yönetenler sınıfının (memur-subay sınıfı) mektepli bölümü ordudaki ağırlığı sayesinde kısmen olsun iktidara gelmiştir. Kısmen yönetime gelmelerindeki sebep ise bu karşıt gücün karşısında hala güçlü bir sarayın olması ve 1913 yılına kadar da mektepli yönetenlerin (ya da onların siyasal örgütü olan İttihat ve Terakki Cemiyeti’nin) kendi hükümetlerini oluşturamamış olmalarıdır. Onun yerine hükümetlere dolaylı yoldan karışmışlar ya da dışarıdan müdahalelerle onları yönetmeye çalışmışlardır. İttihat ve Terakki’nin bilinçli hedefi ise çağdaş-kapitalist bir toplum inşa etmektir. Yani kendileri burjuva olmadıkları halde (ki Türk burjuva sınıfı yoktur), bir burjuvazi ve burjuva toplumu yaratmak çabasına girişmişlerdir. Bu yolda ise hayli bir mesafe almış olsalar da, karşılarında her zaman Saray ve Din kurumları durmaktadır. Zira, Birinci Dünya Savaşı öncesinde hükümet örgütünün ve bürokrasinin rasyonalizasyonu, etkin yönetimi sağlamak için 1913 yılında çıkarılan İdare-i Umumiye-i Vilayet Kanunu, belediyelerin yeniden örgütlenip modernleştirilmesi, hukuk reformları, kadın hakları açısından önemli ilerlemelerin gerçekleştirilmesi, onlar için çeşitli okullar ve çalışma yaşamında daha geniş alanların açılması, 1917 yılında çıkarılan Hukuk-u Aile Kararnamesi’yle medeni evlenme-boşanma kurallarının benimsenmesi gibi hem politik hem de toplumsal alanda atılan modernleşme adımlarının karşısında hep bu iki kurum durmuştur. Dolayısıyla İttihat ve Terakki bu iki kurumun doğrudan ve dolaylı müdahaleleri karşısında özellikle kadın hakları konusunda sürekli yavaş ve ittihatla, zaman zaman da geri gitmek zorunda kalmıştır (Akşin, 1989,1997; Tunçay, 1997).

Cumhuriyet ideolojisinde olduğu gibi, Osmanlı’nın son dönemlerinde başlayan modernleşme projesinin kanıtı, kadının sosyal yaşamdaki görünürlüğüne paralel olarak yorumlanır. Fakat,

Osmanlı Kadın Hareketi ve modernleşme yanlısı elit erkeklerin kontrollü reformlarıyla birlikte örnek aldığı Batı gözünde Osmanlı'daki kadın "harem"den-mahrem ve özel alandan- kamusal alana adım atarak çalışma hayatında görünür olmaya başladıysa da, Osmanlı'daki kadının ve mahrem hayatın Batı için bilinmezliği hala mevcuttur. Zira karşıt cinsler arasındaki sosyal ilişkinin kontrol altında tutulduğu Osmanlı toplumunda kadın ve erkeğe her zaman iki ayrı dünya sunulmaktadır. Erkeğin dünyası kamusal, kadının ki ise özel ve mahremdir. Bu iki ayrı dünyada kadın içerinin, erkek ise dışarının insanıdır. Yaşamın her alanında izleri görülebilen bu erkek hegemon yapılanma ise cinsler arasında her türlü yaklaşmayı önleyen toplumsal ve dinsel sansürle kendisini göstermektedir. Kadın-erkek ayrımının üzerine inşa edildiği sosyal yapı, kadınlar için değişmez kuralları da her zaman beraberinde getirmektedir ki, bu kuralların izleri aile içi yaşamdan ev mimarisine, kadının giysisinden, eğlence türüne ve eğlence yaşamındaki yerine, seyahat biçimi ve evlenme törenlerine dek yaşamın her alanında görülmektedir (Çakır, 2013; Eken ve Erdoğan, 2016). Fakat modernleşme hareketi her ne kadar toplumsal cinsiyet rejimindeki kısmi dönüşümlere vesile olmuş olsa da, kamusal yaşam erkeğin, özel yaşam ise kadının yaşamıdır. Dolayısıyla Osmanlı Devleti'nin yıkılıp yerine Cumhuriyet'in kurulmasına kadar devam eden süreçte de toplumsal cinsiyet rejimi ve sosyal yaşam alanında kendisini var eden modernleşme adımlarının "kısmi" oldukları şeklinde yorum yapılabilir.

Osmanlı'da Cumhuriyet öncesinde Ramazan eğlenceleri, kına geceleri, düğün, bayram türünden dinsel ve törensel ritüeller hariç, eğlenceye pek de iyi gözle bakılmamaktadır. İslamiyet'in etkisindeki kapalı, gelenekçi ve yoksul toplumda, topluca "eğlenmek" toplum oldukça dar kesimleri ve bölgeleriyle, istisnalar bir yana "erkekler" ile sınırlıdır. Payitaht İstanbul, zengin liman kenti İzmir, Rumeli'deki Selanik gibi kentler, 20.yüzyıl başlarında tiyatroları, kafe şantaları (*cafe chantant*), revüleri, operetleri, kantoları ve müzikli restoranlarıyla Batılı eğlence biçimlerini cömertçe sunmaktaydı. Levantenlerin, gayrimüslim azınlıkların kadınlı-erkekli katıldıkları bu eğlence dünyasına bazı Osmanlı aydınlarının da girdikleri görülse de, Müslüman kadınların eğlence dünyaları apayrı bir kadın dünyasıdır. İstanbul'da Pera ve Boğaziçi meyhaneleri, Şehzadebaşı'nda "Direkler Arası" İstanbul erkeklerini kendilerine çekerken, Anadolu kentlerinde de mesirelerden oturak alemlerine kadar, erkeklerin yararlanabileceği eğlence olanakları vardır. Kadınlara kaplıcaları, suları ünlü yörelerde hamam sefaları, kendi aralarında ev eğlenceleri, kadın kadına gidilen mesireler-şimdiki deyimle piknikler-kalmakta ve nişanlar, düğünler, sünnetler ipe çekilmektedir. Bazen kasabalara cambaz ve çadır tiyatrolarının geldiği de olur. Bundan da daha çok gençler yararlanmaktadır (Öztürkmen, 1999). Dolayısıyla Osmanlı'da kadın-erkek eğlence dolayımında çok nadir olarak bir araya gelir. Kadınlı-erkekli

eğlence dar kesimlerde sınırlanan meyhanelerde, eril bir mekan pratik olarak genellikle gayrimüslimler tarafından yürütülmekte, halktan Osmanlı erkeklerinin de katıldıkları görülmektedir. Dolayısıyla sosyalizasyon sürecindeki eğlence pratiği de eril olarak kodlanmaktadır.

Modernlik ve geleneksellik, kamusal-özel alan, eğlence ve toplumsal cinsiyet kavramlarıyla yapılandırılabilir olan kuramsal yaklaşım çerçevesinde Osmanlı Devleti'ndeki eğlence anlayışı bir de saray ve halk ekseninde ayrılarak incelenebilir. Zira Osmanlı'da halk; mutlak hükümdarın tebaasıdır ve eğlence hayatı yine erkeklerin kontrolünde bulunan kamusal alanda kolektif olarak yaşanmaktadır. Karagöz, Orta Oyunu, cambaz gösterileri, Ramazan eğlenceleri, sünnet düğünleri, harp oyunları, avcılık, atlı sporları, güreş ve okçuluk gibi kültürel- geleneksel şemsiye altında kolektif olarak yaşanan eğlence hayatının yanı sıra, yine erkeklerin kontrolünde olan eğlence mekan pratikleri olarak kahvehaneler ve meyhaneler de bulunmaktadır.

Öte yandan Batılılaşma hareketi Osmanlı'nın başkenti İstanbul'un Beyoğlu'suna, özellikle Cadde-i Kebir'e-günümüzün İstiklal Caddesine-büyük ölçüde canlılık getirmeye başlar. Zaten ağırlıklı Levantenlerin ve gayrimüslim Osmanlı ve yabancıların oturdukları kentin bu yakasında (Pera), otel, lokanta, gazino ve kahve sayısında her geçen gün artış görülmektedir. Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminde İstanbul'da lokantaların-eğlence yerlerinin- büyük bölümü hala Rum, Ermeni ve Musevi azınlıklarının elindedir (Ünsal, 1999) ve Müslüman Osmanlılar lokanta ve içkili yer işletmezler. Bu yüzden gayrimüslimlerin yoğun oldukları semtlerde meyhanelerin açılışı çok önce olur (1999:155). Buna göre lokantacılık faaliyetlerindeki artış, Batılı yemeklerin servis edilmeye başlanması ve yine Batılı tarzda "cafe"lerin açılmaya başlaması, Osmanlı'nın son dönem modernleşmesinin kentsel bazdaki görünümüne örnek olarak verilebilir.

İstanbul'daki lokantacılığın canlanması ve eğlence kültüründeki dönüşümlerin başlamasına etki eden diğer bir önemli husus da, İstanbul'a 1917 Bolşevik Devrimi'nden sonra göçmen olarak gelen, daha sonra da büyük çoğunluğu Fransa'nın yolunu tutan on binlerce Rus kolonisinin rolüdür. Buna göre, Beyaz Ruslar İstanbullularla çok çabuk kaynaşırlar ve 1921-1924 yılları arasında Rus hanımlarının hizmet ettikleri müzik ve eğlencenin de ihmal edilmediği Ayaspaşa Rus Lokantası, Tünel'de Büyük Moskova Kulübü, Galatasaray'da Turkuaz kentin öteden beri

gelen kozmopolit coğrafyasını Batılılaşma ekseninde yeniden sarsar (Ünsal, 1999: 158). Zira, I. Dünya Savaşı'ndan sonra Osmanlı'nın yıkılması, padişahlık kurumunun sona ermesiyle bağlantılı olarak sarayların ve konakların da eski ihtişamını yitirmesinden sonraki kayıtlara bakıldığında, sadece İstanbul'da 1920 yılında 157 lokanta ve 471 adet de birahane bulunmaktadır. Bunların çoğunluğunun sahibi de Rum'dur ve Müslüman-Türk kökenlilerin işlettiği lokanta sayısı 35, birahane sayısı da sadece 4'tür. (1999).

Öte yandan, bu çalışmadaki başkent ölçeğinden analogi kuracak olursak, dönemin başkenti ve büyükşehri olan İstanbul'daki eril eğlence hayatına dair kısıtlı olarak ulaşılan kaynaklardan biri, bir nevi pavyon eğlencesine benzetilebilecek olan dönemin meyhane mekan pratiğinin nasıl olduğuna dair bizlere ipucu verebilir;

“İstanbul'un ne kadar zevk düşkünü, ayyaş ve kallaşı varsa, melal (üzüntü) ve kilali (kızgınlık) def için orada (meyhanede) saz ve sözü öyle ir gördüler (uygun gördüler) ki, sazlarının ahengi zühre çengisi (çalgı eşliğinde oynamayı meslek edinmiş kadın) bir kıla almaz, güneş dairesini pula saymaz; devran-ı bezminde (içki meclisinde) ne kadar sagar (içki bardağı) sürmüş hanende (şarkıcı) ve sazende (sazcı) varsa, orasını kendisine merci ve menzil edinmiştir. Her tarafında birçok mest ve meyperestler hayran ve layakıl (aklı başında olmayan), sarıkları perişan, kendileri bednam (kötü şöhretli) olarak görülür... İstanbul ve Galata 'kocamış iken yeni evlenmiş bir gelin gibi' ziynete gark oldu. Meyhane müdavimleri gittikçe arttı. Müskirata (alkollü içkiye) iptila seneler gittikçe şiddetlendi, meyhaneler de bu nispette çoğaldı...”<sup>4</sup>

Bu bilgiden yola çıkarak şunu belirtmek mümkündür; Osmanlı'nın meyhane mekan pratiği ataerkil olarak kodlanmıştır ve dinin toplumsal hayatı sıkı sıkıya kontrol ettiği Osmanlı'da özellikle eril eğlence mekan pratiği olan meyhanelerin baskıcı gündelik yaşamın içerisinde fazlasıyla cazip hale gelerek sayıca artmaları ile alkolün hem bir üretim hem de tüketim sektörü haline gelmesi arasında bir korelasyon vardır. Ayrıca dönemin eğlence merkezi olarak da adlandırabileceğimiz başkent İstanbul'un meyhaneleri sıkıntılarını bertaraf etmek isteyen “erkek” halk için uğrak mekanlar olan ve kadınların-pavyon mekan pratiğinde de olduğu gibi “eğlendiren” konumda oldukları ataerkil eğlence pratiklerinin üretildiği eril kamusal mekanlardır. Dolayısıyla Osmanlı'nın eril olarak kodlanan “halkının” eğlence alanındaki

<sup>4</sup> Bakınız: Süleyman Kani İrtem, “Eski İstanbul Meyhaneleri”, Tarihten Sahifeler, Taha Toros Arşivi, Dosya No: 112- Meyhaneler <http://earsiv.sehir.edu.tr:8080/xmlui/handle/11498/3150?show=full>  
Erişim Tarihi: 19.09.2017

sosyalizasyon süreci, meyhanelerde bir arada içki içme, dansöz izleme, şarkıcı ve sazıcı dinleme gibi pratiklerle inşa edilmiştir.

Öte yandan mutlak hükümdar olarak yine mutlak ayrıcalıklara sahip olan hanedanın mekan pratiği olan sarayda, halkınkinden ayrılan bir eğlence biçimi vardır. Saray eğlencesi, halkın eğlencesine kıyasla dışarıya kapalı bir özel alanın içerisinde gündelik hayatı pratik eden Osmanlı hanedanı ve devlet erkânıyla sınırlı olarak, çoğu zaman sultanın mahreminde gerçekleşen bir pratiktir. Söz gelimi Osmanlı'daki kadın ve erkeği mekânsal sınırlarla ayıran haremlik-selamlık anlayışı özellikle saray mekan-pratiğinin eğlence alanında da uygulanır; kadınlar yalnızca hükümdar ve –nadiren de- sultanın özel konukları için eğlence pratiğinin “eğlendiren” konumunda bulunurlar. Haremdeki kadınlar hükümdarın eğlencesi için temelde şark musikisi ile eğitilir, Çerkez ve Arap dansları eder ve sarayın kendileri için tahsis edilen bölümlerinden hükümdarın ailesi ile birlikte izlediği gösterileri izlerler;

“Abdülhamit haremde nefsinin eğlenceden mahrum etmezdi. Bazen hususi dairesinin karşı cihetindeki (yönündeki) hünkar sofrasının alt katında Karagöz oynatılmasını emrederdi, yanına şehzadelerini de celbeylerdi (getirirdi). Bu sırada kadınlar, yukarıda merdiven başından Karagöz’ü seyrederdiler. Raks, Abdülhamit haremde başlıca eğlencesi idi. Haremde genç ve istidatlı (yetenekli) kızlardan bir oyun ve raks takımı tertip edilmişti. Bu kızlar mütenevvi (çeşitli) salon oyunları oynarlar, cambazlık, perendebazlık ederler, güzel, mütenasip (orantılı) bedenleriyle ‘*tableau vivantlar*’ (yaşayan tablolar) yaparlardı; ziller takarak def ve ut nağmeleriyle Çerkez, Arap oyunları gösterirdiler. Abdülhamit Arap oyunlarını tercih ederdi. Bir ara kısa boylu, şişman, sarkık dudaklı bir zenciyeğin göbek atmaktaki maharetini pek beğenmişti. Abdülhamit bu raks eğlencelerine bütün ikballerini davet ederdi. Hemen her şehzade dairesinde de böyle genç kızlardan mürekkep oyun ve raks takımı vardı. Bu takımların mükemmeliyetini temin için şehzadeler ve hanımları arasında rekabet cari idi.”<sup>5</sup>

Dolayısıyla kadınlar hem bir erkek olan sultanın mahreminde onu eğlendiren, hem de sıradan bir Osmanlı erkeğinin mahreminde hem korunan hem de kentin bazı bölümlerinde onları eğlendiren çoklu konumlandırımların içerisinde sınırlandırılmaktadır. Bu durum, Osmanlı'daki modernleşmenin toplumsal cinsiyet rejimine çok da katkı sağlamadığı, eril yapılanmanın

<sup>5</sup> Bakınız: Süleyman Kani İrtem, “*Guatelli Paşa Kızı, Sultana Sordu: ‘Siz Mi Usta, Ben Mi Usta?’*”, Saray ve Babiali'nin İç Yüzü, Dosya Adı: Müzisyenler, Kişisel Arşivlerde İstanbul Belleği, Taha Toros Arşivi, 1936. <http://earsiv.sehir.edu.tr:8080/xmlui/handle/11498/18467> Erişim Tarihi: 19.09.2017

Cumhuriyet dönemine ve hatta Cumhuriyet dönemi boyunca da devam ettiğinin göstergelerinden biridir. Zira yukarıdaki örneklerden de anlaşılacağı üzere, devlet yapılanmasında kayıtsız şartsız “erkek” olarak hükmetmeye muktedir mutlak hükümdarın eğlence pratikleri ile taşra ve alt sosyo-ekonomik tabakalardaki bir Osmanlı erkeğinin eğlence pratiği statüsel yönden ne kadar birbirinden ayrışsa da, Osmanlı toplumunun erkek hegemon yapılanması, sosyalizasyon sürecindeki “eğlence” pratiğini istisnasız erkek lehinde kodlamaktadır.

Tanzimat sonrası yayılan modernleşme akımında toplumsal cinsiyet hiyerarşisi ve eğlence yapılanmaları tüm olanakların erkek için sunulduğu eşitsiz bir düzenin katı edimlerinde hala kendini göstermektedir. Fakat özellikle Osmanlı Türk modernleşmesi, dönemin elit erkeklerinin kuşaklar arasındaki gerilimlerini edebiyata taşımalarıyla kendini daha görünür kılmakta ve “Eski” ve “Yeni Osmanlı Erkeği”nin bu dönemde yavaş yavaş birbirinden ayrışarak çatışma içerisine girmesine vesile olmuştur. Kandiyoti’ye göre (1988;1998), dönemin elit erkekleri tarafından yapılan Osmanlı aile törelerine ilişkin polemikçi edebiyat, “erkek feminizminin” aslında kadın mağduriyetinin gerçekliğini çarpıtarak, kendilerinin baba baskısı yüzünden “evde kapalı kalan cahil kadınlarla” evlenmek zorunda kalmalarından şikayet etmelerinin örnekleriyle doludur. Dolayısıyla bu çatışmanın temsil yeri olan edebiyatta kendini bulan kuşak çatışması, eski Osmanlı erkeği ile modernleşmeye başlayan yeni Osmanlı erkeği arasında kalan egemen erkeklik ifadelerinde de kendini göstermeye başlamıştır.

Osmanlı toplumundaki baba (peder), eski düzenin ana özelliklerini temsil etmektedir. Hiyerarşi, değişmezlik ve mutlak otoriteyi temsil eden pederin karşısında ise modernlik özlemini, tekil aileyi, apartman yaşamını ve “Batılı eğlence biçimlerini” tercih ettiğini ifade eden genç bir Osmanlı erkeği durmaktadır. Osmanlı ataerkilliğinin bu karşılıklı çatışması, Osmanlı erkeklik anlayışından bir kopuşun yanı sıra, güvenilir, ağırbaşlı ve gösterişten kaçınan (edebiyattaki bazı karşı-betimlemelere göre Tanzimat döneminin “züppe erkeği” gibi gösteriş meraklısı olmayan), varlıklıların yoksullara yardım etmesini buyuran cemaatçi Osmanlı muhafazakarlığına yönelik bir tehdidi de temsil etmektedir. Zira bu anlatıdaki Osmanlı efendisi kişiliğinin halk arasındaki karşılığı “kabadayıdır”. Kabadayılık, bir nevi geleneksel mahalle ortamında bir tür kent şövalyeliğidir. Mahalleler sınıf temelinden çok, esas olarak etnik temelde birbirinden ayrılmış güçlü bir topluluk kimliği ile yerel bağlılık duygusu taşıyan küçük ve oturmuş yerleşim birimleridir. Tıpkı kadın ve aile gibi, mahallelerin de korunması gereken bir namusu vardır. Kabadayı, mahalledeki kadınların korunmasını, öteki semtlerden istenmeyen ziyaretçilerin ortalıkta dolaşmamasını mahalle sakinleri arasındaki işlerin dürüstçe ve adilce yürütülmesini,



mala karşı işlenen suçların cezasız kalmamasını sağlar. Kabadayılar çoğunlukla eğitimsizdirler; aralarında zanaatkarlar vardır ama genellikle toplumun saygın mensuplarıdır. Hem efendi hem de kabadayı ve onların ifade ettikleri erkeklik anlayışları, boğucu olduğu kadar güven verici, ceberuttur; ama onlar ilişkilere işlemiş bir normatif düzenin kefilleri ve koruyucularıdır (Kandiyoti, 1988; 1998).

Osmanlı'nın yıkılışından sonra kurulan yeni devletin modernleşme projesi Osmanlı'daki gibi örtülü ya da "kısmi" olmamış ve tüm alanlara kanalize olarak toplumsal cinsiyet rejimi, sosyalizasyon süreçleri ve siyasal temsillerde eskiye kıyasla radikal olarak yorumlanabilecek dönüşümlere yol açmıştır. Zira mutlak hükümdar rejiminin toptan kaldırılması ve politik söylemlerde Osmanlı gelenekselliğinin çağdışı olarak zikredilmesi, Batılı-modern erkeğin siyasal ve toplumsal sahneye çıkmasına vesile olmuş ve cumhuriyetçi söylemin "modern-Batılı-yurttaş" habitusunu yaratmasını da olanaklı kılmıştır. Buna göre Osmanlı kabadayısı/efendisi, cumhuriyet döneminde doruğa çıkan reformlar aracılığıyla şekillenen yeni ataerkilliğin modern imajlarına direnememiş ve geleneksel Osmanlı ataerkil sisteminin yerini yeni modern batılı ataerkil sistem almıştır. Keza devletin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk'ün güçlü imajı ve bazen üniforma, bazen de Batılı smokin içinde resmedilen kişiliği, yeni cumhuriyetin modern erkeklik temsillerine örnek olan ideal bir erkeklik habitusu olarak zuhur etmiştir. Konunun Türkiye'deki erkekliğin geleneksellik ve modernlik tabanlı temsil tartışmaları çerçevesinde eğlence üzerinden yorumlanmasını kolaylaştırması açısından erken dönem Cumhuriyet Türkiye'sindeki modern erkekliğin kuruluşu, modern eğlence anlayışı ve eğlencenin mekânsal dönüşümü başlığı altında incelenmesi yerinde olacaktır.

#### **2.4.2. Cumhuriyet Dönemi'nde Modern Erkeklik, Modern Eğlence Anlayışı ve Eğlencenin Mekânsal Dönüşümü**

19. yüzyıldan sonra Batı toplumunun endüstri devrimini gerçekleştirmesi ve Osmanlı Devleti'nin de bundan etkilenmesiyle değişik bir yaşam biçimi yaşanmaya başlanmıştır. Ancak endüstri devrimini kendi içinde yaşamaması ve farklı dini inançlara ve kültürlere sahip olması nedeniyle Osmanlılar, ikili bir değişimi yaşamak durumunda kalarak hem dünya için yeni olanı hem de kendileri için yeni olanı birlikte yaşamışlardır (Belge, 1981: 837). Cumhuriyet ile birlikte ise bu ikili yapıdan kurtulup çağdaş bir düzeyde yaşamak ilke olarak benimsenir. İlk uygulamalarla birlikte cumhuriyet öncesine göre son derece geniş sınırları olan bir yaşam empoze edilerek, toplumsal hayatın her alanı temelden değiştirilmeye zorlanır. Öte yandan, belli

bir yaşam biçimine ve anlayışına sahip olan toplum, alışık olduğundan çok farklı yaşam biçimleri ve değer sürecine geçirilmeye de yönlendirilir (Tanrıkulu, 2005:22).

Cumhuriyet politik, ekonomik ve toplumsal alanda modernleşme ilkesi doğrultusunda ideal bir yaşam biçimi yaratır. Dönemin ulus devlet kurma siyaseti de, hem kurucu otoriteyi birbirine eşdeğer erkeklerin iradesine teşmil etmek, hem de bu süreci sömürgeci Batı'nın temsil ettiği kültürel değerlerden farklılaştırarak kimliklendirmektedir. Bu sürece kadınların da dahil edilmesi meselesi ise, birçok başka ülkede olduğu gibi sorunlu ve çatışmalı olmuştur. Türk modernleşmesinin temel karakterlerinin olduğu bu sürecin sonunda, kadınlar ne yazık ki erkeklerle eşit olmayan vatandaşlık statüsü ve konumuna sahip kabul edilmişlerdir. Erken modernleşme döneminin siyasal reform süreçlerinde yer almış kadınlar, kurucu erkeklerle eşit konum ve statüde devleti yöneten ve toplumsal fırsatlardan yararlanan vatandaşlar olmak yerine ulusun anaları, geleneğin ve milli kültürün taşıyıcıları olarak ve ancak erkeklerden farklı toplumsal alanlarda kamusal serbestisine sahip olabilmişlerdir. Buna göre “Modern Türk Kadını” kimliğini dünyaya gösteren bir kültür göstergesi ve kültür farklarının sınırlarını temsil eden sembolü olmaya dayanmaktadır (Sancar, 2014:112). “Modern Türk Erkeği” kimliği ise öncelikle hem “ulusun-devletin koruyucusu cesur asker” hem de “Batılı-modern görünümlü eğitilmiş vatandaş” olarak tezahür etmiştir.

Kandiyoti (1997) Türk modernleşmesinin 19. yüzyılın sonu ve 20. yüzyılın ilk başlarında, Batı değerlerinin geleneksel Osmanlı düzeninin karşıtı olarak hem modernin kurucu potansiyelini hem de aşırı bireycilik, bencillik ve kendini beğenmişlik tehlikesini temsil ettiğini belirtmektedir (Demez, 2005:138). Ona göre, Osmanlı'nın sonlarından başlayıp Cumhuriyet'in kuruluşundan sonra da uzun süre hüküm süren modernleşmeci bakış, durağanlığın, geleneğin ve geriliğin yuvası olan ve “gaddarca ezilen”, aşırı doğurgan köylü kadının kişiliğinde temsil edilen kırsal kesimi değiştirmeye yönelmiştir. Modern bakış temsilcilerinin, kırsal kesime ait olan kadını tanımladıkları tip de dikkate değer ölçüde muğlaktır. Bu kadınlar bir yandan Cumhuriyetçi ideolojide İslam öncesi Türk eşitliğinin taşıyıcıları olarak idealleştirilirken, diğer yandan cahil ve mağdur bırakılan geleneklerin kurbanları olarak tanımlanmışlardır. 1950'lerden itibaren hızlı bir süreç izleyen kentleşme ve kırsal kesimde yaşanan hızlı göç, şaşırtıcı ve farklı üsluplar ve alt kültürlerin de oluşmasını sağlamış ve bu alt kültürler de yaşam biçimleriyle ve özellikle giyim kuşamlarıyla belirginleşmeye başlamışlardır. Yeni tüketim ve giyim modaları sınıf, toplumsal cinsiyet, etnik köken ve ideolojik tercihin karmaşık haline

gelmiş ve bu tür kültürel yorumlar sınıf, statü, toplumsal cinsiyet, etnik kimlik ve yerleşim yeri bakımından farklı biçimlerde konumlandırılan toplumsal aktörlerin bakış açılarından kalkarak yapılandırılmıştır (Kandiyoti, 1997: 207, Demez, 2005: 139).

Buna göre, özellikle Cumhuriyet döneminde giyim kuşam konusunda dönüştürücü hedeflere odaklanan reformlar, modernleşmenin görsel tezahürleri açısından değerlendirildiğinde oldukça önem taşımaktadır. Zira, Cumhuriyet'in giyim kuralları konusunda çoğu kez gözden kaçan bir gerçek (İran'da Rıza Şah'ın yaptığına tersine) Atatürk'ün çarşafı fiilen yasaklamadığı, buna karşılık erkeklerin başlık türlerine epeyce katı davrandığıdır. Osmanlı İmparatorluğu'nda tebaanın giymesine izin verilen elbiselerden, hatta bunların renklerinden rütbe, köken ve etnik kimlik açıkça anlaşılabilirdi. Aynı şekilde din adamları da sarık ve giysileriyle kolayca ayırt edilebilirlerdi. Batı'nın şapkası ve kravatı sadece bir moda unsuru olarak kalmadı; bu farklılıkları eritip ortadan kaldıran bir nitelik kazandı ve aynı zamanda devlete sadakati gösteren bir laiklik üniforması haline geldi. Cumhuriyet'in yeni kadroları, memurları ve serbest meslek sahipleri bunları rejime bağlılıklarının işaretleri olarak giymekteydi; devlete boyun eğmeme ise tam tersine aykırı bıyık ve sakal ya da uygun olmayan başlıkla gösterilebilirdi. Dahası elit tabakadaki bu yeni tekörneklik, kentlilerle köylüler arasındaki gözle görülür farklılıkları daha da arttırmaktaydı (Kandiyoti, 1988,1998). Bu savı başka referanslarla daha da güçlü hale getirmek için Enis Batur'un 1999 tarihli "*Cumhuriyet Dönemi Erkek Takıları, Erkek Aksesuarları*" adlı makalesinin bir bölümünden örnek verebiliriz;

"Cumhuriyet kurulduğunda, yeni rejim yepyeni bir yurttaş kimliğinin arayışına girdiğinde, bir dönem bocaladığı da söylenebilir erkeklerin: Reşat Ekrem Koçu'nun giyim kuşam sözlüğünde keyifli ayrıntılar ve anekdotlarla betimlediği pek çok giysiden, aksesuardan koparılmış, alabildiğine Batılı süslenme parametrelerinin benimsenmesi dilenmişti. Gene de çok zorlanmadı bu konuda: 20. yüzyılın en şık, en giyimine düşkün önderi "prototip"i karşılarına getirip koymuştu. Türk erkeği, sonuç olarak, 75 yılı iki kutup arasında geçireceğini bilmem başlangıçta anlamış mıydı: Ya "çağdaş erkek" rolünü üstlenecek, ya da, ama açık ama gizli, geleneklerine yaslanarak direnecekti. Bugün ülke sokaklarında karşılaşılan örnekler, bu iki tavrın farklı uygarlık tanımları çerçevesinde çatışmayı sürdürdüklerini anlatıyor bize..." (Batur, 1999: 93).

Cumhuriyet'in modern erkeği devlet törenlerinde başı açık karısıyla yer alırken, köylü kardeşi resimlerde ve çokça karikatürlerde geleneksel kıyafetleri içinde ve onu kırk adım geriden

izleyen çarşafli karısıyla-tercihen eşeğe binmiş, yürüyen karısının önünde- gösteriliyordu. Zira Mustafa Kemal Atatürk'ün dönemin ideal erkek imajını temsili yeni modern yurttaş erkeğin en önemli görsel yansıması oldu. Yeni devletin kurucusu olan Atatürk, hem üniformalı bir asker hem de smokinli bir beyefendi olarak görsel modellerde yerini buldu. Bu görsel temsil de erken dönem cumhuriyet modernliğinin yeni ataerkil sisteminin dayanağından birini oluşturmaktaydı. Öte yandan, yeni “yurttaş modern erkek”, çok uluslu Osmanlı'nın kalıntılarından kalan “geleneksel-taşralı kabadayı”nın karşısında bir anti-tez olarak durmaktaydı. Bu durum “modern” ve “geleneksel-taşralı” olmak üzere iki ebedi toplumsal çatışmanın mihenk taşı oluşturdu ve her iki alanda yeni erkekliklerin şekillenmesine, kentli-köylü çatışmasının erkeklik düzeyinde zuhur etmesine vesile oldu.

Bu çatışmanın sebeplerinden biri eğitim ve sağlık hizmetlerini yaygınlaştırma ve altyapıyı geliştirme çabalarına karşın, elit seçkin tabaka kırsal bölgeleri hedefledikleri anlamda modernleştirememesiydi. Dolayısıyla kırsal-kentsel alan ayrımları kentli-köylü olarak ikili tabanda ayrılmaya başlayan kimliklerin temellendikleri zeminleri oluşturdular. Öte yandan, toplum iktisat ve sosyoloji literatüründe belgelenmiş olan büyük çaplı dönüşümü ancak II. Dünya Savaşı'ndan ve çok partili demokrasiye geçişten sonra yaşadı. Kırsal kesimden kentlere göç süreci kent dokusunu tamamen değiştirdi. Böylelikle yeni toplumsal hareketlilik ve elit tabakaya giriş yolları eski dar ve görece homojen devlet elitinde çeşitlilik ve farklılıklar yaratarak kültürel egemenliklerini sarstı (Kandiyoti, 1988; 1998:34).

Cumhuriyet'in idealize ettiği yaşam biçiminin özellikle boş zaman konusunda dönüştürmeye çalıştığı-ve yine kimliksel ayrılmalara neden olan diğer- bir unsur da eğlenceydi. Osmanlı'nın politik, ekonomik ve kültürel değerlerinin karşısına modernleşme ilkesiyle çıkan cumhuriyet ideolojisi, kent, eğlence ve modernlik ile taşra, sıkıntı ve geleneksellik olarak birbirlerine karşıt ikili bütünsellikler yarattı. Avrupalılaşıma ile birlikte ev için geleneksel düzenlenmesinden vazgeçip, yeni adab-ı muâşeret kurallarıyla tanımlanan bir boş zaman aktivitesi ve sosyalizasyon pratiği olan eğlencenin Batılı tarzda yapılandırılması, toplumun bütün katmanlarını etkiledi. Örneğin yemek yeme aile içinde paylaşılan bir geleneğin ötesine çıkarak, “dışarıda yemek yeme” şeklinde yeniden yorumlandı ve dönemin modası bir eğlence pratiği haline geldi. Buna göre dışarıda yemek yeme edimiyle birlikte sofrada adabı kuralları da değişti; zira restoranlarda ilk önce kadına servis yapılması bile -ne kadar mikro ölçekte değerlendirilse değerlendirilsin- eskiden uyulan kuralların dışlandığına ve terk edilmesi gerektiğine dair güçlü

bir vurgunun ifadesi haline geldi. Kandiyoti'nin Bourdieu'ya atıfta bulunarak ifade ettiği gibi, fiziksel yaşam tarzının yeniden tanımlanması, yeni özneler biçimlendirmek isteyen toplumsal gruplar arasında yeni moda alışkanlıklarını yaratması bu bağlamda değerlendirilebilir. Dolayısıyla yeniden tanımlanan fiziksel mekanların ve davranış kalıplarının yeni Türk kadını ve erkeğini resmeden yeni değerler hiyerarşisi getirmesi kaçınılmazdır (Demez, 2005). Bu durum da temeli erken dönem modernleşmede yatan ve toplumsalın geleneksellik ve modernlik temelli bölünmesinin ardında yatan faktörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Öte yandan eğlence konusunda dönemin moda alışkanlığı olarak idealize edilen ve toplumsal bölünmeyi yaratan unsurlardan biri, Cumhuriyet'in toplumu modernleştirme projesinin içerisinde azımsanamayacak derecede yer tutan, kadın ve erkeğin bir arada eğlendiği "balo" dur. Bir Batılılaşma-çağdaşlaşma projesi olan Cumhuriyet, eğlence hayatına kadın-erkek birlikte eğlenmek ve eğlencenin çeşitlenip kitleselleşmesi olmak üzere iki önemli değişiklik getirmiştir. Öyle ki "dans", Cumhuriyet'in ilk dönemlerinde önem ve yaygınlık kazanarak, en küçük kentlere, kasabalara kadar yayılmakta ve katılımın adeta yarı-resmi, zaman zaman da zorunlu hale geldiği balolardaki en önemli etkinlik sayılmaktadır. Dolayısıyla Cumhuriyet'in ilk dönemlerinde, yeni, asri yaşam biçimini yerleştirme çabaları içerisinde "baloların" önemli bir yeri bulunmaktadır (Öztürkmen, 1999). Buna göre ilk Cumhuriyet balolarını Dr. Doğan Duman şu şekilde anlatmaktadır;

"Cumhuriyet'in kurulmasından sonra ilk balo 1925 yılında İzmir'de düzenlendi. Atatürk'ün isteği ile sadece Müslüman erkek ve kadınların bulunduğu bu küçük eğlence toplantısı büyük bir devrimdi. Çünkü İslami kuralların geçerli olduğu Türk toplumunda iki ayrı cinsin özgürce arkadaşlık etmeleri ve yabancı bir ortamda bulunmaları yasaktı.

(...)

19.yüzyılın sonlarından itibaren İstanbul, İzmir gibi Levantenlerin yoğun yaşadıkları büyük merkezlerde düzenlenen balolar, Türk Ocağı'nın kurulmasından sonra, bu ocakların kültürel çalışmaları çerçevesinde düzenlenmeye başlandı. Cumhuriyet'in ilanından sonra da Türk Ocağı'nın geleneksel baloları devam etti." (akt. Günver, 1990: 67-68).

29 Ekim 1925 yılında Başkent Ankara'da ilk "resmi balo" düzenlendi. Bu baloya ilk başta cumhurbaşkanı olmak üzere, başbakan, bakanlar, büyükelçiler, ordu komutanları ve basının ileri

gelenleri katıldı. Yine aynı yıl Cumhuriyet Halk Fıkrası'nın (CHF) girişimi ile valilerin öncülüğünde illerde de balolar düzenlenmeye başlandı. Valiler tarafından verilen balolar, valilik konaklarında düzenlendi ve bu balolara yalnızca davetliler katılabildi. Ayrıca bazı ilçelerde CHF'nin binalarına ilçe ve köylerden gelen davetlilere de balolar düzenlendi<sup>6</sup>. Cumhuriyet balolarının ilçelere kadar yaygınlaştırılmasıyla yöneticilerin kültürel değişimi kentlere paralel olarak küçük yerleşim birimlerine de yaymak istediği anlaşılmaktadır (Öztürkmen, 1999:177).

1925 yılında Cumhuriyet Bayramı kutlamaları nedeniyle düzenlenen balo, toplum için bir örnek oluşturdu ve kısa bir zamanda müzikli, danslı eğlenceler sıklıkla görülmeye başlandı. Öte yandan çeşitli kurumlar yararına balolar düzenlenmeye de başlandı ve bu balolara genellikle yabancı aileler, Batılı yaşam tarzına çok da uzak olmayan zengin ailelerden kadın ve erkekler ile yönetici elitin aileleri büyük ilgi gösterdiler. Ayrıca Cumhuriyet'in ilk yıllarında küçük bir taşra kasabası görüntüsü veren başkent Ankara'yı canlandırmak, önemli bir siyaset, ticaret, kültür ve eğlence merkezi yapmak amacıyla özel baloların düzenlendiği de görülmektedir. Enis Batur tarafından yönetilen ve 1998 yılında ilk kez yayınlanan "Cumhuriyetin Hayalleri" adlı belgeselde Mina Urgan, Cumhuriyet balolarının özellikle Anadolu'daki önemli işlevini; erkeklerle kadınları birlikte yemek yemeye, sohbet etmeye yönlendirme amacını taşıyan sosyal amacın balolarla yürütüldüğünü, meselenin aslında eğlenmekten öte toplumu bir bütün olarak bir araya getirdiğini ifade etmektedir. Bu, belki de Cumhuriyet'in kamusal alanda ve özellikle devletin açtığı sosyalleşme alanlarında yeni icat edilen eğlence biçimleri için oldukça yerinde bir saptamadır. Öte yandan Öztürkmen, Urgan'ın söyleşisi için "balolarda asıl amaç eğlenmek değil, eğlenmeyi öğretmektedir" vurgusunu yaparken, bu saptamanın Cumhuriyet'in yeni kamusal eğlence biçimlerini "halk" arasında bir misyon olarak belirttiğini ifade etmektedir (1999: 181). Daha önce de belirttiğimiz üzere dans ve Cumhuriyet'in ilk dönemlerinde dansa gösterilen ilgi, hatta neredeyse katılımı zorunlu olan balolarla dansın "devlet teşviki" ile edilmesi, amaçlanan yeni asri hayatın ve Batılılaşma özleminin de bir ifadesidir. Dolayısıyla asri muhitlerde, dans bilmemek ve dans etmemek; geri kafalılık, çağa ayak uyduramama olarak algılanmakta ve bir eksiklik duygusu yaratmaktaydı. Diğer taraftan, köylerde, kasabalarda ve geleneksel toplum yapısının sürdüğü çevrelerde ise dansın adı-bugün de pavyonlarda adlandırıldığı üzere- "oyynamaktı". Batı kökenli modern danslar bu çevrelerce benimsenmese de, göbek havalarıyla, kültürel-geleneksel hareketli yöresel havalarla-Ankara Oyun Havaları gibi-Türk pop müziğinin oynak nameleriyle oynayanların sayısı artmıştır. Dolayısıyla kadın-erkek

<sup>6</sup> Bakınız: Cumhuriyet Baloları, *Toplumsal Tarih*, (37), Ocak 1997, s. 45-48; 75 Yılda Değişen Yaşam Değişen İnsan Cumhuriyet Modaları, Bilanço'98, Tarih Vakfı Yayınları, 1999, s. 176-177.

karşılıklı birlikte oynama, Cumhuriyet sonrasında kadın-erkek ilişkilerinde yaşanan değişimin bir parçası olarak yaygınlaşmıştır (Öztürkmen, 1999).

Görüldüğü üzere, Cumhuriyet yöneticileri toplumsal yaşamda kadın ve erkeği birbirinden tecrit eden kimi gelenekleri yıkma ve yeni bir yaşam tarzını uygulamaya çok kararlıydılar. Batı toplumlarında eğlence kültürünün ve sosyal yaşamın bir parçası olan baloların, yeni Türk devletinde eski alışkınları silmenin ve yerine yeni değerleri inşa etmenin bir aracı olarak kullanılması bu kararın önemli göstergelerinden biridir. Cumhuriyet baloları toplumun çok küçük ve sınırlı bir bölümüne hitap etmiş, geniş yığınların ilgisini çekmemiştir. Fakat yeni rejimin Batılı yaşam tarzını topluma empoze etmesinin ve kültürel alanda değişimi yukarıdan aşağıya gerçekleştirmek istemesinin bir aracı olmalarından ötürü önem taşımaktadır (Öztürkmen, 1999). Dolayısıyla kadınlı-erkekli danslı eğlenceler, balolar, Cumhuriyet aydınları ve bürokrasi ile bir bölüm yerel eşraf, ticaret burjuvazisi vb. sınıflardan küçük bir azınlıkla kısıtlı kaldı. Yerli halk ise kendisinden farklı yaşayan, farklı eğlenen bu insanları kimi yerde “gavur”, kimi yerde de daha yumuşak ve hoşgörülü bir şekilde “tango” olarak nitelendirdi (1999:175). Öte yandan taşra/kırsal-geleneksel ve kent-modern/Batılı olarak oluşan dikotomik söylemler, toplumsal yapıda bölünmeleri ve sosyalizasyon süreçlerinde oluşan birbirinden farklılaşmış eğlence tanımları da üretti.

Kırsaldaki gazinolarda kurulan erkeklikleri çalıştığı alan araştırmasında Özarıslan (2016), modern eğlenceyi sıkıntı üzerinden ele alarak, Türkiye'nin taşrasını “sıkıntı”, kentleri ise “eğlence” üzerinden değerlendirir. Buna göre taşranın sıkıntı, eğlencenin de kentlerle özdeşleştirilme süreci, İkinci Meşrutiyet ve Cumhuriyet arasındaki dönemde başlayarak, kimi duraksamalar ve kırılmaların ardından, 1950lerde tam anlamıyla oluşturulur (Aytar, 2011; Özpazarcık 1998; Özarıslan, 2016:51). Cumhuriyetin kurucu elitleri sıkıntıyı ve taşrayı inziva ve Şark-İslam kültürüyle özdeşleştirerek, modernleşme karşıtı eğilimler olarak politik ve toplumsal süreçlerden dışlarlar. Modernleşme ile kentlerin yapısal olarak dönüştürülmesi sürecinde Batılı anlamda bir yaşam standardı idealize edilir. Muasır medeniyetler seviyesinin Cumhuriyet ideolojisinin politik amaçları doğrultusunda modern Türkiye'nin ulaşması gereken bir eşik olarak ele alınması, idealize edilen modern toplumsal figürlere Batılı modern eğlence kültürünü de entegre etmiştir. Buna göre balolar ve tangolar, erken cumhuriyet dönemindeki Türkiye'de batılı eğlence biçiminin muadilleri olarak görülmüş ve eğlencenin müseccel ve resmi haline gelmiştir (Beşiroğlu, 2011; Özarıslan, 2016: 53). Öte yandan, tıpkı Avrupa'daki gibi modern

Türkiye'nin de verili bir eğlence programı vardır. Bu erken cumhuriyetin batılılaşma programının önemli bir parçasıdır. Fakat Avrupa'da yaşanan gelişimin tersine, Avrupa medeniyetine “evet”, kültürüne “hayır” politikasının sonucu olarak erken Cumhuriyet özellikle taşrayı halkevleri, köy enstitüleri ve CHP balolarıyla dönüştürmeye çalışmış ve bu amaçla da sanat kulüpleri kurmuştur (Çelik, 2011). Halkevleri ve köy enstitüleri dönemi bir ideoloji programı olduğu kadar, aslında kamusal alanın dönüştürülmesi ve bireysel boş zamanın ulus devletin homojen boş zamana entegre edilmesi çalışmasıdır. Bu bakımdan bu alanın homojenleştirilmesinde, eğlence ve çalışma oldukça merkezi bir yerde durur, hem halkevleri hem de köy enstitüleri halka bunu öğretme çabası içerisindedir (Karaömerlioğlu, 2001). Yine bu dönemde, cumhuriyeti yönetenler, eğlenceyi ve boş zamanı örgütlemek için ciddi müdahalelerde bulunurlar ve boş zamanın tanzim edilmesine ilişkin bu müdahaleler de modernleşmeyi şart koşan ideolojik bir arka plana sahiptir. Yukarıda da ifade edildiği gibi balolar, batılı tarzda opera ve orkestraların kurulması, Atatürk ve kurmay heyetinin mahrem çevresinin düzenlediği ve kimi zaman kadınların da icabet ettikleri geniş katımlı eğlenceler, batılı anlamda boş zaman ve eğlencenin tanzim edilmesinin erken cumhuriyet dönemindeki önemli örneklerindedir (Özarlan, 2016). Cumhuriyeti kuran kadro bu tarz eğlence biçimlerini halkevleri ve köy enstitüleri aracılığıyla büyük kentlerden taşraya ihraç etmeye çalışır. Fakat tüm bu çabalara rağmen, taşra içeriden sessiz bir direnç gösterir ve erken cumhuriyetin eğlence ve boş zaman örgütlenmesi kabul görmez (2016:54). Zira çok partili döneme geçildiğinde cumhuriyetin kültürel hamlelerine karşı politik bir direnç baş gösterir ve bu dönemin politikacıları taşradan gelmelerine ve bütün güçleriyle taşra muhafazakarlığını, CHP erken cumhuriyet sekülerizmine karşı çağırımlarına rağmen, 1950lerden sonra Türkiye’de sıkıntı ya da eğlencesizlik gerçek anlamda taşraya ihraç edilir. Böylelikle taşra sıkıntının, kentler ise eğlencenin mekanları haline gelir. Bu işin böyle gerçekleşmesindeki temel etken ise, çok partili hayata geçiş ve Demokrat Parti yıllarıyla birlikte, Türkiye'nin her şeyi, eğlence sektörünü de piyasa için bir meta haline dönüştürmesidir. Erken cumhuriyet döneminde geleneksel kültürel yapılar ve eğlenceler, piyasa için hazırlanmıştır ama bir meta olarak eğlence hiçbir zaman serbest piyasanın malı haline gelmemiş ve devletin hamiliğinde ve onun ideolojisinin temel aygıtlarından birisi olarak piyasada dolaşabilmiştir. Bu kırılma noktası Demokrat Parti döneminde gerçekleşir. Bu dönemde kültürel ürünler Demokrat Parti ideolojisi ile uyumlu bir şekilde piyasaya sunulur; Demokrat Parti'nin bütün yapılanması dünya kapitalizmine tam entegrasyon ve her şeyin piyasalaştırılması üzerine kurulu olduğundan dolayı, kültürel yapılar ve eğlence ürünleri de hızla meta haline gelir (Özpazarcık, 1998; Özarlan, 2016: 55).



Modern eğlenceyi diğer eğlence formlarından ayıran temel karakteristik, onun metalaşmış eğlence formu dışında hiçbir eğlence formuna müsaade etmemesidir. Buna göre bu metalaşma 1950 ve 1960'lı yıllar Türkiye'sinin yüzünü batı olarak Amerika'ya dönmesiyle birlikte daha çok sabitlenmiş ve bütün eğlence metaları, taşrayı gözden çıkaran kentli zevkler olarak tasarlanmıştır (Modleski, 1998; Özarlan, 2016:55). Peki bu dönemlerde cumhuriyetin çiçeği burnunda başkenti fakat aynı zamanda da bir taşra olan Ankara'da modern eğlence anlayışı nasıl tasarlanmıştır? Buna göre bu çalışmanın odak mekanı olan Ankara'nın eğlence kültürüne ve pavyonların modern eğlence mekanları olarak tarihsel anlamda değişim/dönüşümlerine bakmak yararlı olacaktır.

### **2.4.3. Cumhuriyetin Başkenti Ankara'daki Modern Eğlence Mekanlarının Kent ve Mekan İlişkiseliliği Üzerinden Değerlendirilmesi**

Analizlerinde mekanın başlı başına önem taşıdığı Henri Lefebvre'nin kentsel devrim kavramı (1970), kentin fiziksel mekanıyla sınırlı olmayıp, genel anlamıyla bir kentli yaşam biçimini içermektedir. Lefebvre kenti *mekan, günlük hayat ve kapitalist sosyal ilişkilerin yeniden üretimi* kavramlarıyla tanımlanmaktadır (Lefebvre, 2011). Bu anlamda kent, üretim ilişkilerinin insanların gündelik hayat deneyimlerinde yeniden üretildiği global mekânsal bağlam olarak ifade edilmektedir. Lefebvre'nin kuramsal yaklaşımı içinde kent yoktur, ancak kırdan uzaklaşmış, global kentsel ilişkilerin kentli yaşam biçiminin egemen olduğu bir mekan vardır. Söz konusu mekan kapitalist üretim ilişkilerinde yeniden üretilmektedir. Mekan kapitalist meta niteliği kazanmıştır.

Mekan kavramını kentsel ve kırsal mekan dışında global olarak ifade etmesi, sosyal süreçler ve mekan arasındaki ilişkiyi sorgulayan toplumbilimcilerin tartışma gündeminde Lefebvre'nin analizlerini canlı tutmuştur (Aslanoğlu 1998:67-68). Öte yandan Sennett'e göre kent; "kişi dışı yaşamın aracı, içinde toplumsal deneyimler olarak çeşitli ve anlaşılmaz kişilerin, çıkarların ve zevklerin olduğu bir kalıptır (Sennett, 2002: 435). Bir mekan olarak kentin içinde oluşan, başka bir deyişle bir matriks olarak kentin içinde doğan mekansallıkları, kent mekanı ya da kentsel mekan olarak ifade etmek bu açıdan mümkün görünmektedir. Buna göre kent mekanı "kentli yurttaşların gündelik yaşamlarının sürdürülmesine aracılık eden, kentin ve kentliliğin inşasında aracı rol üstlenen minör kurumlardır" (Aytaç 2007:200). Bu kurumlar, kentin politik/iktisadi coğrafyası dışında yer alan, daha açık bir şekilde kentin kültürel yüzeyini yansıtan restoranlar, sinemalar, eğlence yerleri, parklar vb. mekânlardır. Aytaç, "kentin politik iktisadi coğrafyası

üzerinde kök salmış diğer mekanları, binaları, kurumları” (2007:200) bu analizin dışında bıraktığını ifade etmektedir (Turan, 2011).

Kentleşmeyle beraber serbest zamanın değerlendirilmesi daha farklı boyutlarda ilerleyerek yeni mekanların yaratılmasını, mekânsal çeşitliliklerin artmasını zorunlu kılar ve farklı mekan bölümlerine yani mekansallaşmalara yol açar. Kişilerin bu bağlamda kendilerini nerede konumlandıkları, kendi yaşam tarzlarını nasıl dönüştürdükleri önemlidir. İnşa edilen kent mekanları birbirlerine göre farklılıklar göstermektedirler. Dolayısıyla toplumsal ve mekânsal ayrılaşma, kentlerin önemli bir niteliğidir. Kentsel mekanı düzenleyen kurallar toplumsal farklılaşma ve ayrılaşma yapılarına dayanır. Bu kurallar kültüre ve tarihe göre değişir, kamusal hayatı şekillendiren esasları gözler önüne serer ve toplumsal grupların kent mekanı içerisinde birbirleriyle nasıl bir ilişki içinde olduklarını gösterir. Buna göre modernite ile dönüşen zaman ve mekanı iyi kavramak için kent bağlamında bir okuma yapmak gerekir (Turan, 2011).

Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasından 16 gün önce, 13 Ekim 1923'te başkent ilan edilen ve o dönemde kuru bir bozkır kasabası/taşra olarak tanımlanan Ankara, Erken Cumhuriyet Dönemi olarak adlandırılan 10 yıllık zaman diliminde, cumhuriyetin örnek başkenti olmuştur. Cumhuriyetle birlikte yeniden kurgulanan kentin dokusuna paralel olarak, modern yaşam da kurgulanmıştır. Atatürk'ün “yeni vatan, yeni sosyete, yeni devlet”<sup>7</sup> sözleriyle özetlediği Türk devriminin getirdiği modern yaşama ve modernleşme sürecinin tohumlarının atılacağı ülkenin tasarımına Ankara ile başlanmış ve başkentini tüm ülkeye model olması planlanmıştır. Buna göre modernleşme sürecinin başlatıldığı başkentte yeni bir yaşam şekli de oluşturmak amacıyla hizmet edecek kent planlamalarının önemli yapısal özelliklerinden birisi de; modernitenin izlerini taşıyacak kentlerde toplumun bir araya gelip vakit geçirebileceği meydan ve mekan kurgusudur (Türkyılmaz, 2015: 105). Bu bilgiler ışığında değerlendirildiğinde, Ankara modern cumhuriyetin başkenti ve yeniden yapılandırılma kararlarının odağında, kültürel nitelikli fonksiyonların çoğaltılması ve nüfusun arttırılmasıyla dinamik bir kent olarak tasarlanmaya başlamıştır. Bu gelişmeler, gündelik yaşama daha yoğun bir devinim getirmiş ve beraberindeki imar faaliyetleri de Ankara'yı bir taşra olmaktan çıkarmaya uğraşmıştır (Gültekin ve Onsekiz, 2005).

<sup>7</sup> Bkz: CHP 4. Büyük Kurultayı Görüşmeleri, 1935, s.15 [https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/e\\_yayin\\_giris\\_q](https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/e_yayin_giris_q)  
Erişim Tarihi: 18.09. 2017

Yüzyıllarca Osmanlı İmparatorluğu'na başkentlik yapan ve Batılılaşmanın modern ibarelerinin fazlasıyla gözlemlenmeye başlandığı kozmopolit İstanbul'un aksine, Cumhuriyet'in ilk kurulduğu dönemde bir taşra kasabası olan Ankara'nın otel ve lokantacılık geçmişi küçük bir Anadolu kentinin gelenekleri ve olanaklarıyla sınırlıdır (Ünsal,1999). Fakat yukarıda da belirtildiği üzere, Osmanlı'nın geleneksel yapısı sosyal ve kent yaşamında terk edilmeye teşvik edilmektedir ve bu nedenden dolayı yeni başkent Ankara, Cumhuriyet'in modernleşme projesinin görsel temsilini kentsel ölçekte yansıtmalıdır. Dolayısıyla Ankara kentsel ve kültürel bağlamda değiştirilmeye başlanmıştır.

Ankara'nın Cumhuriyetle birlikte yeniden kuruluşundan bugüne, özellikle eğlence mekanlarının değişim ve gelişimi 5 farklı dönemde incelenebilir. Buna göre ilk dönem cumhuriyetin ilk yıllarıdır. Cumhuriyetin modernleşmeyi esas alan resmi ideolojisine göre zorunlu olan kültür değişiminin ülke genelinde benimsenmesi ve kentsel pratiklere aktarılmasında, eğlence mekanlarının etkin bir araç olduğu bu sürecin özelliklerindedir. Yine bu süreçte, cumhuriyet, ideolojisine uygun mekanlar yaratmış ve radikal reformlarla gündelik yaşamın modernleştirilmesinde eğlence mekanları sosyal bir okul görevi üstlenmiştir. Öte yandan eğlence mekanlarında çeşitlilik ve sayıca artış modernleşmenin getirdiği dönüşümlerle başlamış, lokantalar, pavyonlar, barlar ve meyhaneler açılmıştır. Bunlara ilk olarak İstanbul Tepebaşı'nda icra-i sanat ederken Ankara'daki Taşhan'ın sahibi Cemal Bey tarafından başkente getirilen Rus göçmen Juri Georges Karpovitch'in Karpiç Lokantası örnek verilebilir. Sonradan "Lokantacı Karpiç" olarak anılan Karpovitch'in yönetiminde 1924 yılında otele dönüştürülen Taşhan'ın alt katında ilk modern lokanta olan "Şölen Lokantası" açılır. Cumhuriyet Ankara'sının önemli sosyal yerlerinden biri olan Karpiç Lokantası'nda yemekler canlı müzik eşliğinde yenilir, haremlik- selamlık usulü kalkmıştır. Artık Türk kadınları ve erkekleri bir lokantada aynı masada birlikte yemek yiyebilmekte ve eğlenebilmektedir. Bu durum ise bir sosyal devrim örneği olarak tezahür eder. Atatürk'e de kendini sevdirmeyi başaran Karpiç, meclis üyelerine, bürokratlara, kentin ileri gelenlerine gerçek bir mutfak ve Batılı eğlence kültürü sunmaktadır. Hem savaştan yeni çıkmış bir ulusun seçkinlerine adab-ı muaşeret kuralları öğreten hem de Ankara'daki diplomatlara modern Türkiye'yi temsil eden (Ünsal, 1999) Karpiç daha sonra Taşhan'dan ayrılarak İş Bankası'ndan aldığı kredi ve hükümetin her yıl yaptığı düzenli para yardımı sayesinde Merkez Bankası'nın yanındaki havuzlu şehir bahçesi içerisinde kendi yerini açar. Adı "Şehir Lokantası"dır ama herkes hala Karpiç Lokantası demektedir. Abdülhak Şinasi Hisar ve Reşat Nuri Güntekin gibi dönemin İstanbul'dan gelen ünlü edebiyatçıları da Karpiç'in

müdavimleri arasına katılmıştır. Sözü kısası Karpiç, Batılı davranış kurallarının öğrenilip benimsenmesi yolunda gerçek bir “Cumhuriyet Okulu”dur.

İkinci dönem olan 1935-1940 yılları olarak ayrılan ikinci dönemde de hala etkili bir aktör olan ve lokantasına “kravatsız” müşteri kabul etmeyen Karpiç, yine o yıllarda Yalova Termal Otel’in lokantasını da işletecek ve Cumhuriyet’in Batılı anlamda yeme-içme, kadın ve erkek birlikte eğlenme kültürünün misyoneri olacaktır (1999:161).

İlk dönem olan 1920li yıllarda Karpiç’in ünlü lokantasından başka, 1925 yılında Ulus’ta Fresko’nun Barı ile 1926 yılında açılan Elhamra Barı, modern eğlence alanında Ankara’da açılan içkili mekanların diğer önemli örneklerinden kabul edilmektedir (Gültekin ve Onsekiz, 2005). 1926-27 yıllarında modern yaşamın sergilenmesi amacıyla, Ulus meydanı düzenlenerek meclisin karşısına Şehir Bahçesi ve 1928 yılında cumhuriyetin kadrolarıyla yabancı ülke temsilcilerinin bir araya gelebileceği ve eğlenebileceği Ankara Palas da açılır. Dolayısıyla Karpiç, Merkez Bankası’nın üst katındaki komşusu Anadolu Kulübü ve devlet tarafından yaptırılıp Fransızlar tarafından işletilen, Ankara’nın ilk modern oteli Ankara Palas, hükümet üyeleri, millet vekilleri ve üst düzey bürokratların bulunduğu bir üçgen haline gelir. Öte yandan, Cumhuriyet Ankara’sında sadece seçkinlere hizmet veren yerler yoktur; üst tabakaya pek dahil olmayan- ya da olmaya çalışmayan- belki de bütçeleri daha sınırlı olan doktor, avukat ve öğretmenlerden oluşan aydın kesim de genellikle Ulus’taki meclis binasının yakınında Çankırı ve Posta Caddeleri’ndeki lokanta ve meyhanelerde eğlenirler (Çavdar, 1983; Ünsal, 1999: 162). Yine Cumhuriyetin modernleşme ideolojisinin kentin tüm alanlarına nüfus ettiği bu dönemde, Eski ve Yeni Ankaralı olmak üzere iki farklı sosyal grup da oluşur. Yeni Ankaralılar çoğunlukla İstanbul’dan gelen ve değişimi algılamaya, uygulamaya yatkın ve eğlence hayatında etkin olan kişilerdir. Bu grubun konutlarında düzenledikleri davetler, düğünler ve balolar, Ankara’nın eğlence hayatını daha da canlandırmıştır. Özellikle yeni yerleşim kurulmadan önce, Kavaklıdere, Dikmen, Keçiören ve Etlik sırtlarındaki bağ evleri çevreden yalıtılmış eğlence mekanları olmuşlardır. Fakat bu mekanlarda batılı (Alafranga) ve geleneksel (Alaturka) eğlence kalıpları birlikte yer almış, eski Ankaralılar eğlence biçimlerini terk edememişlerdir (Adam, 1985). Yeni eğlence kalıplarını benimseyen eski Ankaralılar, Taşhan karşısındaki ve Bent deresindeki salaş kahvehanelerde ve Hilmi Baba’nın meyhanesinde, Ulus’taki Tektel saz salonunda ve İsmetpaşa’daki Atıf’ın içkili gazinosunda ve bayram günleri aileleriyle birlikte Hatip Çayı ve İncesu derelerinin kenarında ve Kayaş bahçelerinde eğlenmişlerdir. Öteki Ankaralılar ise pehlivan güreşleri, cirit oyunları, seğmen alayları ve sıra geceleriyle eğlenmekte ısrarcı olmuşlardır (Cantek, 1996; Gültekin ve Onsekiz, 2005).

1930-1950 arasındaki ikinci dönemde, çağdaş kalıplarla dinlenme, eğlenme ve kültürel aktiviteler için, pastaneler, pavyonlar, sinema ve tiyatro gibi yeni mekanların hızla yaratılması için çözümler, 1930lardan sonraki imar planları ve faaliyetleri ile geliştirilmiştir.<sup>8</sup> 1940lı yıllarda ise kamusal yaşam sinema gibi kültürel etkinlikli eğlence mekanlarının açılmasıyla gelişmeye başlamış ve özellikle akşamları gece eğlencesi için kullanılmaya başlayan pavyonların sayılarında artış meydana gelmiştir. Buna göre Ankara Palas Pavyonu, Karpıç Lokantası, Gar Gazinosu, Cumhuriyet ve Üç Nal lokantaları ve Süreyya Gazinosu Ankara'nın o dönemin modern gece eğlencesi mekanları olarak kabul edilen en ünlü yerleridir.

1950 ve 1970li yıllarda ise Türkiye'de kapitalizmin nimetleri yaygınlaşmaya başlar. Enflasyonist politika tüketimi arttırırken, bürokrasinin eski maddi gücü azaltılarak ekonomik kazanç ve tüketim alanına yeni modeller sürülerek tüketim arttırılır. Böylece tüketime karşı olan geleneksel muhafazakar ideoloji de değişir. Pazarın bollaşmasıyla sayıca artan ve çeşitlenen eğlence mekanlarından kazanç sağlama payı da artar (Nalbantoğlu, 2000). Böylece 1950li yıllarda çay bahçelerinin çoğu içkili gazinolara dönüşür. 1970li yıllara gelindiğinde ise lokantalar fast food mekanlarına, çay bahçelerinin büyük bir kısmı da meyhanelere ve içkili gazinolara dönüşerek, bu gazinolar alaturka ve alafranga eğlence tarzı olmak üzere iki farklı eğlence biçimini barındıran mekanlar haline gelirler (Denel, 2000; Gültekin ve Onsekiz, 2005).

1970 ve 1980 arasındaki dönemde; 1970li yıllara kadar Ulus alt gelir gruplarının, Yenışehir ise üst gelir gruplarının tercih ettiği eğlence merkezi olmuşlardır. 1970li yıllarda, Kızılay'ın kentsel hizmetlerinin yoğunlaştığı ikinci bir iş merkezi alanına dönüşmesiyle birlikte<sup>9</sup>, Kavaklıdere ve Çankaya arasında eğlence mekanları yer almaya başlamıştır. Öte yandan, 1970lerdeki teknolojik gelişmelerle sinema ve televizyon eğlence yaşamında odak olmaya başlar; televizyon zaman ve mekan engellerini kırarak, anında iletişim aracı olarak popüler kültürü yaygınlaştırır (Cengizkan, 2000) ve böylelikle kitle iletişim araçları, eğlence mekanlarının yer seçiminde önemli gelişmeleri yönlendirir. Sonuç olarak bu dönem aralığında dans edilebilen lokanta, bar ve gece kulüpleri eğlence hayatında eskiye nazaran daha çok yaygınlaşır ve eğlence bu mekanlarda tüketime sunulan bir meta haline gelir.

<sup>8</sup> Bakınız: Lörcher Planı (1920-1932) ve Jansen Planı (1932-1957); Cumhuriyetin 50. Yılında Ankara İl Yıllığı, Kültür Bakanlığı, Ankara, 156-192, 1973.

<sup>9</sup> Bakınız: Elli Yıllık Yaşantımız, Milliyet Yayın, 83-87, 1975.

1980 sonrası dönemde ise popüler kültür bir kitle kültürü halini alır ve eğlencenin ölçeği, dünya üzerinde standartlaşma veya çok kültürlülük eğilimine girer. Böylelikle, eğlence mekanları küreselleşmenin nimetleri ile daha yoğun olarak kullanılır. 1990lı yıllardan başlayarak sermayenin küresel ölçekteki etkinliği ve bilişim teknolojilerinin gelişimiyle kentsel mekanda yaşanan değişimler, eğlence mekanlarında iletişim ve ulaşım ağlarının kullanılmasına da olanak sağlamıştır. Bu ağların yaygınlaşması ve eğlencenin sanal ortamlarda süregelmesi, çok kültürlü eğlence biçimleriyle birlikte bireysel olarak eğlenmeyi yönlendirirken, bu ortamlara uygun özel mekanların varlığını da gerektirmiştir. Ankara'da 1980li yıllarda gelişen bu yeni eğlence yaşamına, üst ve orta üst gelir grubu katılabilmiş, alt gelir grubu ise –hemşerilik, akrabalık, cemaat mensubu olma gibi- farklı kimlikleriyle oluşturdukları örgütlenmelerle, eğlence yaşamlarını geleneksel biçimlerle sürdürmüşlerdir (Gültekin ve Onsekiz, 2005).

Sonuç olarak Ankara'da modern eğlence anlayışı cumhuriyetin modernleşme projesiyle başlamıştır. Öte yandan eğlence mekanlarının oluşumunda ve kentsel ölçekte yer seçiminde belirleyici olan etkenler farklı dönemlerdeki serbest ve zorunlu kültür değişimleri, iktidarın mekan üzerindeki hakimiyeti ve toplumsal inisiyatifi, teknolojik gelişmeler, ekonomi politikaları ve bu politikalarla gelişen kentsel mekan üretim ve tüketimin mekana etkileri (2005) gibi unsurlar, Ankara'nın eğlence hayatını değiştiren/dönüştüren etkenlerdir. Modernleşmenin başlattığı reformlara karşı geleneksel eğlence biçimlerinin muhafaza edilmesi de alaturka ve alafranga olarak iki farklı eğlence biçimini ortaya çıkarmıştır. Pavyonların alaturka ve alafranga eğlence biçimleriyle olan ilişkisine geçmeden önce yukarıdaki bilgiler ışığında Ankara'nın günümüzdeki eğlence piyasasına ve pavyonların bu piyasadaki yerini incelemek, kent ve modern eğlence mekanları olarak pavyonları daha ayrıntılı analiz edebilmemiz açısından faydalı olacaktır.

#### **2.4.4. Başkent Ankara'nın Eğlence Piyasası ve Pavyonlar**

Ekonomik verimliliğin artması ve çalışma koşullarının iyileştirilmesiyle artan serbest zaman süresini eğlenerek değerlendirmenin, kentsel yaşamın önemli bir parçası olduğu söylenebilir. Bu nedenle eğlenme olanaklarının ve mekanlarının yaratılması, kent mekanını düzenlemenin bir parçasıdır (Gültekin ve Onsekiz, 2005). Buna göre pek çok düşünür kent yaşamı ve eğlence arasında derin bir ilişkinin olduğunu öne sürmektedirler. Baudelaire, Benjamin (1997) ve Simmel (2009) gibi düşünürler özellikle modernliği kentlerin eğlenceli yapıları üzerinden ele

almışlardır (Özarlan, 2016). Nitekim, Adorno (2001) kent yaşamını ve onun kültür yapılarını eğlence metalarına dönüştürmesini kültür endüstrisi olarak adlandırmaktadır ve Postman (2006) da kent ve eğlence arasındaki ilişkiyi sadece eğlence için kurulmuş kentler üzerinden anlatmayı dener (Özarlan, 2016: 45). Simmel ise kentlerin eğlenceli yapılarının ona bir ritim kazandırdığını ve sinirsel uyarıyı arttırdığını belirtir. O ve diğer düşünürler göre kentlerin temel belirleyeni, onun hareketli, eğlenceli, sinirsel uyarılarla yüklü yapılarıdır (Özarlan, 2016). Buna göre; “şehir caddeden her geçişte, ekonomik, mesleki ve toplumsal hayatın tüm temposu ve çeşitliliğine sahiptir; metropol farklılıklara bağımlı insanı bilinçliliğe mecbur eder; metropoldeki hayat düşünseldir, duygusal, zihinsel imgelerin ritmi hızlı, sıra dışı ve düzensiz akar (Simmel, 2009). Öte yandan, “metropol daima para ekonomisinin yeri olmuştur. Burada ekonomik mübadelenin çoğulluğu ve yoğunlaşmışlığı mübadele araçlarına, taşradaki ticaretin yetersizliğinin imkan veremeyeceği bir önem kazandırır” (Simmel, 2009:318).

Taşranın karşısına bu yönüyle çıkan ekonomik mübadele, ticaret ve piyasa hacmi içerisinde kentlerde büyük bir alana sahip olan bir sektör vardır; Eğlence Sektörü. Buna göre kentler, modern eğlence piyasasının ve tüketimin kitlesel olarak gerçekleştirildikleri mekanlardır. Bu bağlamda eğlence, kent yaşamında bir meta olarak tüketilmektedir. Tüketim ise bireyin ve ilişkide olduğu diğerlerinin yeniden çalışmaya (üretim) hazırlanmasının ötesinde, iş dışı (boş) zamanda rahatlatıcı, haz sağlayıcı ve eğlendirerek keyif verici bir istek karşılama pratiğine dönüşmüş durumdadır. Eğlencenin iş dışı zaman ve modern tüketimcilikle ilişkisi, etkinlik türlerinin tamamının belli bir pazar değeri taşıması ve piyasa ekonomisinin kurallarının bu alanda geçerli olmasına dayanmaktadır (Tellan, 2016). Diğer yandan, kentlerin eğlence mekânları temelde hem faaliyet konularına göre hem de sosyolojik bakımdan faaliyet kümelerine göre sınıflandırılmaktadırlar. Faaliyet kümelerine göre eğlence mekânları tecimsel (commercial), geçmişten gelen (residual) ve alternatif (subcultural) şeklinde ayrılmaktadır (Tellan, 2016). Tecimsel eğlence mekânları, eğlence materyalleriyle süreçlerinin herhangi başka bir meta gibi pazarlanıp tüketildiği; zaman döngüsünün çalışma zamanı-ış dışı zaman ayrışması üzerinden örgütlendiği, elle tutulur maddi unsurların ya da gözle görülür mekânların bireyin haz alması için tasarlandığı ticari yerler olarak tanımlanmaktadır. Tüketiciler popüler kültür süreçlerinin gündelik yaşamda baskın hâle gelmeye başladığı son yıllara değin eğlencenin pasif alıcısıyken tercihler yapan bir aktöre dönüşmeye başlamış; eğlence üretim biçimi de tüketici arz ve isteklerine tâbi kılınarak toplumsal ilişkilerde bağlayıcılığı olan bir model hâline gelmiştir (Slater, 1997). Çoğul, yeniden biçimlendirilebilir, oyunlarla dolu ve gündelik hayatın basmakalıp sıradanlığının popüler kültür deneyimlerinin estetikliğiyle unutturulmaya çalışıldığı

bu tecimsel mekânlarda reel ile görsel-işitsel-sayısal hizmetler tümleşik bir yapı kazanmaktadır. Buna göre, 2014 yılı itibarıyla küresel yeme-içme, eğlence mekânlarından elde edilen işletmecilik ile turizm hizmetleri gelirleri sırasıyla 2.1, 0.71 ve 1.4 trilyon ABD doları büyüklüğüne ulaşmışken, analog ve sayısal medya ürünleri/ ortamları tüketimiyle dijital eğlence sektörü ekonomisi 1.9 trilyon ABD doları seviyesine çıkmıştır. Yıllık 6 trilyon doları aşan ekonomik çevrimiyle boş zaman endüstrileri, dünya hizmet sektörünün de belirleyicisi konumundadır. Aynı dönem (2014 yılı) itibarıyla Türkiye’de ev dışı mekânlarda yeme-içme sektörü 40 milyar ABD dolarına, iç-dış turizm ve konaklama gelirleri 43 milyar ABD dolarına, medya ve eğlence sektörünün büyüklüğü ise 13.7 milyar ABD dolarına ulaşmıştır (PWC,2014; C&M, 2015). Bu durum tecimsel nitelikteki eğlence mekânlarının büyüme potansiyelini ortaya koymaktadır (Tellan,2016). Öte yandan Özdemir, Türkiye’de eğlence kültürünün gelişimini değerlendirdiği çalışmasında kentsel eğlence alışkanlıklarının son evredeki durumunu şu sözlerle özetlemektedir:

“Bugün Türkiye’nin büyük kentlerinde Lunapark, Dreamland, Tatilya, Disneyland gibi adlarla anılan eğlence merkezleri veya tema parkları kurulmakta ve kentli insanın hizmetine sunulmaktadır. Buralarda elektronik ya da mekanik pek çok oyun aracı yer almaktadır. Bunun yanı sıra rekreasyon merkezlerinde müşterilerin çeşitli aktivitelere katılmaları sağlanmaktadır. Yine büyük yerleşim birimlerinde çeşitli kişi, kurum ve kuruluşlar tarafından partiler, davetler düzenlenmektedir. Gazino, pavyon, taverna, diskotek, bar, meyhane, lokanta/restaurant gibi yerler çeşitli kesimlere mensup kentli insanın eğlendiği, başlıca eğlence mekânlarıdır” (Özdemir, 2005: 65).

Buna göre genel olarak Türkiye ölçeğinden spesifik anlamda kent ölçeğine geçtiğimizde, günümüzde Ankara’da eğlence sektörü alanında bar/pub/meyhane/ içkili lokanta olarak hizmet veren toplamda 601<sup>10</sup> tecimsel mekan bulunmaktadır. Sayısı 601 olan bu tarz hizmet veren eğlence mekanının 95 tanesi, bu çalışmanın odağındaki mekanlar olarak pavyon/gazino/taverna vb. hizmet veren ve geceleri aktif olan mekanlardır. Sayısal olarak değerlendirildiğinde Ankara’nın özellikle gece hayatında aktif olarak hizmet veren pavyon tarzı mekanların, şehrin eğlence sektörünün büyük bir bölümünü oluşturduğu söylenebilir.

Ankara’ya has yerel bir kültürü eğlence olarak metalaştırıp tüketime sunan kapitalist

<sup>10</sup> Bu saha araştırmasının Ankara’nın eğlence sektörünü kapsayan bu bölümü, Mayıs ve Haziran 2017 tarih aralığını merkezine almaktadır. Dolayısıyla yukarıdaki sayısal değerler, bu tarih aralığında faaliyette olan toplam mekan sayısını göstermektedir.



sermayenin dolaşımında olduğu bu mekanlarda sunulan hizmet ve metaların fiyatları içeriklerine ve mekanların buldukları lokasyonlara göre birbirlerinden farklılaşsa da, bu fiyat farklılaşması pavyonların genel olarak pahalı eğlence mekanları oldukları gerçeğini değiştirmemektedir. Örneğin, ortalama bir pavyonun neredeyse devlete ödediği vergi aylık 50.000TL'den fazladır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, pavyonların günlük ciroları ve buna bağlı olarak masrafları çok yüksek oranlara çıkmaktadır. Dolayısıyla mekan içi kar zarar döngüsü statik olmaktan çok dinamiktir ve kapitalist sistemde ayakta kalabilmek ve kar maksimize etmek adına belli stratejilere başvuran yönetimselliğe sahiptirler. Örneğin Çankaya bölgesindeki bir pavyonun günlük gideri ortalama 40.000TL'yi bulurken, bazı zamanlar bu oranın sadece çeyreğini kar olarak kazanmaktadır. Bazı zamanlar ise bu oranın yarısından fazlasını gelir olarak elde etmektedir. Dolayısıyla arz-talep dengesinin her zaman stabil olmadığı hizmet sektörü içinde ayakta kalmaya çalışan pavyon işletmecileri de kar maksimizasyonu için denetime bağlı buldukları bakanlık ya da belediyenin kendilerine sundukları fiyatlandırma sistemini kendi yöntem stratejilerine göre uyarlamaktadırlar. Üst merci tarafından sunulan fiyatlandırma listesinde, hizmet sektörü içerisinde o yıl tüketilecek olan bir şişe alkollü içkinin fiyatı 500TL olarak belirlenmişse, işletmeci bu fiyatı çeyreğe indirerek müşteriye pazarlamaktadır. Bu durum bir kar maksimizasyon stratejisi ve kendi müşteri çevresindeki arz-talep dengesine göre gelirini uyarlama pratiğine örnek olarak verilebilir.

Öte yandan, Ankara'daki pavyonlar buldukları bölgelere göre kar-zarar ve fiyatlandırma ölçeklerine sahiptirler. Fiyatlandırma ve vergilendirme pavyonun bulunduğu lokasyona göre değişmektedir. Ulus'taki bir pavyonda 100 TL olan bir şişe alkollü içki, Çankaya'daki bir pavyonda 200TL'dir ve Ulus'taki bir pavyonda 20TL olan konsomasyon ücreti, Çankaya'daki bir pavyonda 110 TL'ye kadar çıkmaktadır. Fakat, pavyonlarda meta olarak pazarlanan eğlencenin bu pahalılığı, pavyon eğlencesinin tüketicisini yine de caydırmamakta ve pavyonları Ankara eğlence piyasası içerisinde oldukça yüksek sermayenin işlediği tecimsel mekanlar olarak faaliyette bulundurmaktadır.

Özetle günümüzde hakim olan eğlence mekanları, toplumsal yaşam içerisinde belli kesimlerin kullanımına tabi tutulmuş ve eğlence içerikleri Türkiye'nin politik ve ekonomik süreçlerinde toplumsalla ilişkisel biçimde dönüşerek, farklı tanımlarla günümüze kadar ulaşmıştır. Cumhuriyetle birlikte başlayan modernleşme hareketi, kentsel bağlamda özellikle eğlence biçimlerini ve mekanlarını dönüştürmeye başlamış ve tarihsel ve kültürel süreçlerde de eğlence

ve mekanların tanımlarında değişiklikler meydana gelmiştir. Diğer bir deyişle, Ankara'da faaliyet gösteren eğlence mekanları toplumsal yaşam içerisinde belli kesimlerin de kullanımına tabi tutulmuş ve eğlence tarzları Türkiye'nin politik ve ekonomik süreçlerinde toplumsalla ilişkisel biçimde dönüşerek, farklı tanımlarla günümüze kadar ulaşmıştır. Özellikle eğlencenin meta haline geldiği dönemlerden itibaren, kentsel ölçekte yukarıdaki bulgular da göz önüne alındığında oldukça yüksek kar marjına sahip olan pavyonların modernleşme hareketiyle olan ilişkisi günümüzde değerlendirildiğinde, servis ettikleri eğlence tarzları, alaturka ve alafranga eğlence olarak ayrışmaktadır. Pavyondaki erkekliğin alt kültür olarak incelendiği bu araştırmada, genel anlamda pavyonların servis ettikleri eğlence biçimlerini bu ikili ikiye kişiliklik üzerinden değerlendirmek, erkekliklerin kurulumuna ve temsil edilişlerine dair ayrıntılı bir bakış açısı da kazandıracaktır. Buna göre ilk olarak pavyon, gazino, gece kulübü ve taverna gibi mekanlar hakkında kavramsal açıklamalar verilerek, bu mekanların sundukları eğlence biçimleri tarihsel kesitte açıklanacaktır. Sonrasında ise Ankara'da bu tanımlara sahip olan mekanların eğlence biçimleri, benzerlikleri ve farklılıkları incelenecektir.

#### **2.4.4. Alaturka ve Alafranga Eğlence Anlayışı İkiliğinde Pavyonlar**

Alaturka ve alafranga tüketimin aynı anda uygulanması, neyin modern olduğu ya da olmadığı yönündeki farklı yapılandırmalar, yalnızca gündelik hayatın en mahrem yönleri değil, aynı zamanda gizli sınıf ve statü kalıpları hakkında da bilgi vermektedir. Toplumsal cinsiyet ise bu tür farklılıkların ifade edildiği kilit noktalarından biri olarak ortaya çıkmaktadır. Bunlar göz önüne alındığında Türk modernleşmesinin kadın ve erkeğe yüklediği anlamlar önemli mihenk taşlarını oluşturur. Çünkü hem bireysel kadınlık ve erkeklikler hem de cinsiyetler arası etkileşimin farklı yansımaları bu yeni ortamda anlam kazanmaktadır (Kandiyoti, 1997:210; Demez, 2005: 140). Türkiye'de ise hala doğu-batı, alaturka-alafranga gibi ikili karşıtlıkların yarattığı toplumsal bölünmeler devam etmektedir. Fakat küresel sermaye ve neoliberal dönüşümlerle birlikte bu ikili ve kesin toplumsal ayrışmaların sınırları da erimeye başlamıştır. Çatışma alanları da farklı iktidarların kurulduğu farklı toplulukların birbirlerinin alanlarına müdahil olmalarıyla oluşmaktadır. Modern ve geleneksel olarak keskin biçimde ayrımını artık yapamayacağımız söz konusu toplumsal alanlarda bir dönem ayrımlaşan gruplar, kapitalist tüketim dalgası ve neoliberal sermayenin yarattığı rekabet kültürü dolayımında sosyal anlamda uzlaşım ve ortaklık içerisinde birlikte var olmaktadır. Bu sosyal birliktelik ve uzlaşımın erkeklik alt kültüründe ve mekânsal bağlamdaki görüntülerin emareleri ise yapısal anlamda modern bir eğlence mekanı olan pavyonun servis ettiği alaturka eğlence biçiminde bulunabilmektedir.

Öte yandan, alaturka ve alafranga olarak ayrılan ve küreselleşmeyle birlikte kültürel bir pratiğin içerisinde aynı anda var olmaya başlayan bu ayrımın kökeni yine erken dönem Cumhuriyet modernleşmesinde aranılabilir. Buna göre öncelikle Cumhuriyet döneminde emareleri başlayan batı tipi eğlence mekanları giderek toplumsalın ilgisini çekmeye başlar ve alaturka ve alafranga eğlence ikiliği de cumhuriyetin ilk yıllarında mekânsal pratiklerde çeşitli ayrımlara neden olur. Dolayısıyla alaturka olarak betimlenen mekanlar, cumhuriyetle birlikte yeniden biçimlenirler ve pavyon, gazino, gece kulübü ve saz gibi mekanlar arasındaki benzerlikler ve farklılıklar ortaya çıkar. 1950'lerden itibaren de eğlencenin piyasa metası haline gelerek tüketime sunulduğu bu tarz eğlence mekanları arasındaki benzerlikler ve farklılıklar dikkate değer ölçüde belirgin hale gelir (Turan, 2011). Buna göre örneğin gece kulübü; “bir gösterinin sunulduğu ve dans etmek amacıyla müzik yapılan yerdir. Pavyon ve saz aynı zamanda gece kulübü olarak da adlandırılır. Ancak pavyon ya da saz ile karşılaştırılan gece kulübü onlardan fiziksel mekan, personel, sanatçı kadrosu ve izleyici/müşteri niteliği olarak ayrılır. Genel olarak mekan ve öteki fiziksel faktörler hem gece kulüplerinde hem de pavyonlarda aynıdır. Pavyonun fiziksel mekanı, gece kulübünden biraz daha küçüktür. Pavyon ve saz, düzenli bir kadro olarak kendisini bünyesinde çalışan konsomatrislerle diğer gece kulüplerinden ayırt ederler. Pavyonun alaturka versiyonu olan sazda konsomatrisler, kimi zamanlarda sahnedeki şarkıcı/solist olarak adlandırılırlar. Öte yandan pavyon genellikle elektro bağlama, bir darbuka ve başka bir çalgının da olduğu, toplamda üç enstrümandan oluşan bir topluluk sunar. Pavyonlarda çoğunlukla arabesk, halk müziği ve kimi zaman Türk sanat müziği seslendirilir” (Beken, 1998: 51). Öte yandan gazino ise, alafranga bir mekanda alaturka müzik yapılan bir eğlence mekanıdır. “Meyhanenin alafrangası” olarak algılanan gazinoların “karma” özellik kazanması ise 20. yüzyılın ilk çeyreğinde başlamış ve bir süre sonra gazinolar alaturka ile alafranga müziğin aynı mekanda bir arada izlenebildiği mekanlara dönüşmüştür (Turan, 2011).

Bir eğlence mekanı olarak gazinonun karma özelliği cumhuriyetin ilk yıllarında gelişmeye başlar. Ancak 1950lerde birbirinden farklı müzikal tarz, gelişen teknolojik olanaklarla ayrılmış ve yine gelişen kitle iletişim araçları ile birbirinden farklı müzik zevkine sahip insanlara ulaşır. Dolayısıyla 1950lerin gazinosundaki karma niteliği bu çerçevede düşünmek makul olacaktır. 1950lerle özellikle de 1960lardaki kapitalist ilişkilerin gelişmeye başlaması da geleneksel tüketim kalıplarını değiştirmiştir. Böylece “eğlence”, Türkiye'nin gündelik yaşamında “modern” bir tüketim kalıbı ve serbest zaman etkinliği olarak algılanmaya ve yaşanmaya başlamıştır (Turan, 2011). Kültürel iklime egemen olan alaturka-alafranga gerilimini gideren ve

hatta bu iki ana eğilim içinde çeşitlenen tarzları bile bir çatı altında buluşturan mekan gazino olmuştur. Öte yandan, 1920lerin gazinosunun karma niteliği ile 1950lerin ortalarından 1970lerin sonlarına kadar devam eden gazinoların karma niteliği bu çerçevede bakıldığında birbirinden farklıdır. Bir gazinonun ağır topu yani assolisti olan Türk Sanat Müziği şarkıcısının altında kanto, tango, rumba, aranjman, rock n roll ya da türkü söyleyenlerin yanı sıra, piyasa ya da ticari olmayan müzik dünyasında yetişmiş geleneksel sanatçıların bulunması; striptiz gösterisi yapan dansçılar yanında oryantallerin yer alması kaçınılmaz olmuş ve hatta 1950'lerin sonundan 1960'larda ünlenen pek çok sinema yıldızı da gazino sahnesinde boy gösterenler arasına girmiştir (Erol 2002:85). Özetle söylemek gerekirse; gazinonun kendisi için en önemli performans mekanı olduğunu düşünenlerden, gazinoyu yaptığı iş/müzik için uygun görmeyen sanatçılara ("popçu", "türkücü", "gelenekselci") kadar, deyim yerindeyse herkes gazino sahnelerinden geçmiştir. Böyle bir çeşitlilik ve karma nitelik, gazinonun yıldızını da bu eğilim içinde olmaya yöneltmiş ve onun karma niteliğini biçimlendirmiştir. Dolayısıyla, 1950lerden 1970lerin sonuna kadar gazino assolistlerinin seslendirdikleri repertuarda bu karma niteliği görmek hiç yadırganmaz, aksine istenir hale gelir. Söz gelimi Zeki Müren bu karma biçimi yaptığı yeniliklerle belki de en iyi uygulayanlardan biri olduğu için, rakipsizliğini sözünü ettiğimiz yıllar arasında, yani yaklaşık 20 yıl, sürdürebilmeyi başarmıştır. (Erol 2002:86).

Günümüzde ise Ankara'da pavyon, gece kulübü, gazino ve taverna adı altında geçen eğlence mekanları ortak bir kültürel fenomen haline gelen Ankara oyun havaları konseptini, eğlence metası olarak servis etmektedir. Bu mekanlar arasında, bölgesel olarak artan-azalan fiyat listelerine, mekan içi tasarımlara, sundukları eğlence biçimlerine göre net farklılıklar da bulunmamaktadır. Zira tabelasında "gece kulübü" adı taşıyan çoğu mekan Turizm Bakanlığı'na bağlı olarak "turistik gazino" şeklinde tanımlanmaktadır. Bu tarz mekanlarda yabancı uyruklu kadınlar da dansçı ve konsomatris olarak çalışmaktadır ve yine bu mekanlarda standart olarak Ankara oyun havaları konsepti bulunmaktadır. Gecenin ilerleyen saatlerinde bazı mekanlarda yabancı uyruklu kadınlar, mensup oldukları ülkelerin kültürlerine uygun olarak dans gösterileri de yapmaktadırlar. Bu bakımdan değerlendirildiğinde, günümüzdeki Ankara'nın turistik gazinolarında alaturka ve alafranga eğlencenin bir arada olduğu söylenebilir. Öte yandan Ulus'ta bulunan bir pavyonun eğlence içeriği de çok farklı olmamakla birlikte, bu mekanlarda standart olarak Ankara oyun havaları gibi bir kültürel fenomen olan arabesk konsepti hakimdir. Gecenin başlangıcı arabesk ile başlar ve gecenin ilerleyen saatlerinde ise Ankara oyun havaları devreye girer. Bu bilgiler ışığında lokasyonlara göre çeşitli farklılıklar gösterebilir de, pavyonlar eğlence mekan pratikleri olarak Ankara'nın geleneksel kültürel müziğini eğlence ritüelleri ile

servis eden yerlerdir denilebilir. Dolayısıyla Türkiye'ye kapitalizmin girdiği dönemlerden itibaren, bir zamanlar ailecek gidilen eğlence mekanları olan pavyonların eğlence içerikleri değişmeye başlamış, cumhuriyetin ilk yıllarında alafranga bir eğlence mekanı olan pavyonlar, gazinolar ve gece kulüpleri, günümüzdeki Ankara gece hayatında değerlendirildiğinde hem alaturka hem de alafranga eğlence biçiminin bir arada servis edildiği mekanlar haline gelmiştir. Turistik gazinolar her iki eğlence biçimini bünyesinde barındırırken, turistik olmayan ve genel anlamda belediyelere bağlı pavyonlar daha çok alaturka eğlence biçimine sahiptirler. Öte yandan bu mekanların müşteri niteliği Ankara gece hayatı ölçeğinde değerlendirildiğinde şunu söylemek yerinde olacaktır; bu tarz mekanlar özellikle erkek eğlencesi sunan, erkek mekanları olarak kabul görmektedir. Göç, ekonomik politikalar ve rekabetin Türkiye'ye girmeye başladığı 1970-1980'lerden itibaren bu mekanlarda kadınlar da konsomatris olarak çalışmaya başlarlar ve eğlence konseptleri günümüze kadar olan süreçte ciddi ölçüde değişim/dönüşüm geçirir.

Tarihsel kesitte dönüşüm geçiren ve günümüzde sosyal medya ve teknoloji ile bir popüler kültür ürünü haline gelen Ankara oyun havaları ve bu kültürel fenomenle özdeşleştirilen Ankara pavyonları alaturka ve alafranga eğlenceyi bir arada sunarak, şehrin yerel kültürel eğlence biçimini, modern/turistik gece kulübü/gazino gibi mekanlarda bir meta olarak pazarlanmaktadır. Bu metanın tüketicileri ve üreticileri ise belirli alt kültürel alanlarda genel olarak Ankara'nın modern eğlence mekanlarından ayrılan pavyonları bu mekanlara göre alternatif gören kültürel topluluklar haline gelmektedirler. Buna göre, Ankara pavyonlarının sunduğu eğlencenin meta olarak piyasada rağbet görmesi ve bu metanın tüketicileri olarak erkek grupları, popüler kültür ürünü, eğlence ve boş zaman aktivitesi olarak pavyon eğlencesi kapsamında değerlendirilecektir.

#### **2.4.5. Mekan, Popüler Kültür ve Eğlence Bağlamında Pavyonlar**

Kentlerdeki mekânsal örgütlenmeler toplumsal olaylarla biçimlenmektedir. Toplumdaki ayrışma, sınıfsal farklılıklar, statü arayışı, boş vakit geçirme, sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik ve sosyo-psikolojik etmenler kendine özgü koşulları kapsayan yeni mekanlar yaratmıştır. Toplumun ortak kullandığı bu mekanlar birer tüketim nesnesidirler ve hem toplumsal yaşamı hem de toplumsal yaşam standartlarını yansıtmaktadırlar. Öte yandan, modern sanayi toplumlarında gelişen ekonomi, endüstri, üretim yöntemleri, oluşan yeni sermaye, farklı tüketim biçimleri geliştirir. Güçlü ve baskın sermayenin ürettiği her şey, birer tüketim nesnesi olarak topluma sunulur. Bu yapay kültür (kültür endüstrisi) yaşadığımız çevreden sanat ürünlerine,

toplumun kullandığı ortak alanlara kadar her yeri kuşatır ve toplum üretenin; sermaye ve gücün hakimiyeti altında biçimlenir. Dolayısıyla yapay kültür ya da başka bir deyişle kültür endüstrisi, kapitalizmin etkisi ile ortaya çıkan bir kültürel oluşumdur ve kendisini devam ettirebilmesi için de tüketilmesi gerekmektedir. Günümüzde kültür ürünlerinin, sanat yapılarının, insan ilişkilerinin metalaşması kadar tüketimin gerçekleştirildiği mekanlar da birer meta olarak topluma sunulmaktadır (Tunalı ve Başaytaç, 2013: 121). Buna göre pavyonlar da günümüzde kültür ürünlerinin, insan ilişkilerinin ve eğlencenin metalaştığı ve bu ürünlerin tüketiminin gerçekleştirildiği hem bir mekan hem de bir metadır. Pavyonun bu ikili özelliği özellikle teknolojik gelişmeler neticesinde kültürün meta ürünleri olarak sosyal medya aracılığıyla reklamının yapıldığı bir ortamda pekişmektedir. Öte yandan, mekânın insan kavramının dışında nesneleşmesi, bizatihi tüketim olgusuna dayanmaktadır. Tüketim pratikleri kent tasarımını ve kent kültürünü dönüştüren bir güç olarak gerek mekân gerekse toplum üzerinde yönlendirici bir etkiye sahiptir. Bireyler ile üzerinde yaşadıkları mekânlar arasındaki fiziki ve sosyal bağlar, özünü tüketim esaslı sembol ve eylemlerin oluşturduğu popüler kültür ile betimlenirken, mekânlar da popüler kültürünü ve onun çerçevesini çizdiği eğlence pratiklerinin gerçekliğinde farklı roller üstlenmektedir. Çağımızda gündelik yaşamın anlamlandırılması arayışında önemli bir rol oynayan popüler kültür ile bu kültürel formun materyal ve mental düzlemde somutlaşmasını sağlayan eğlence pratikleri, mekânın örgütlenmesindeki karakteristikleri belirleyen unsurlar olarak tanımlanmaktadır. Popüler kültürün kurguladığı materyal ve mental ilişkiler dünyasında, artık eğlenmek için mekâna duyulan gereksinimden daha önemli olan husus, bir yerin mekân olabilmek için ne düzeyde eğlenceyi içinde barındırması gerektiğidir. Tarihsel ve kültürel kesitlerde mekana bağlı olarak alt kültürler ortaya çıkmış, mekan sınıf içi bölünmeler doğurmuş ve toplumsal katmanlar arası geçişkenliklere çeşitli düzeylerde imkan tanımıştır (Tellan, 2016:138-141).

Bu başlık altında yukarıda bahsettiğimiz bilgiler göz önüne alınarak mekan, popüler kültür ve eğlence bağlamında Ankara pavyonları ve erkeklik imajları ele alınacaktır. Buna göre önce öncelikle eğlence kavramsal açıklamaları yapılacak ve eğlence ile popüler kültür ilişkisinin kavramsal çözümlenmeleri ışığında günümüzde popüler kültür ürünlerine haline gelen pavyonlar ve pavyon eğlencesi özellikle erkeklikle olan ilişkisi bağlamında detaylı olarak incelenecektir.

#### 2.4.6. Bir "Erkek Eğlencesi" ve Boş Zaman Pratiği Olarak Pavyonlar

Eğlence (entertainment) kavramının kökeni Latince “tenere” sözcüğü olup, tenere, kişinin keyifli, dengeli ve meşgul tutulması anlamına gelir (Bosshart ve Macconi, 1998:3). Eğlence kavramı üzerinde uzlaşılan tek bir tanım bulunmamakla birlikte, bu kavrama ilişkin tanımların çokluğu ve çeşitliliği bazı düşünürleri söz konusu tanımları sınıflandırmaya yönlendirmiştir. Buna göre Bats ve Ferri (2010:6) eğlence kavramına ilişkin sınıflandırmaları; nesnel ve öznel yaklaşım olarak iki gruba ayırmaktadır. Nesnel yaklaşım kapsamına giren eğlence tanımlarında nesnel ölçütler kullanılır. Byrant ve Miron’un (2003:550) bu yaklaşım öncülüğünde yapmış oldukları tanıma göre, eğlence; “insanları başkalarının şans ve şanssızlıkları üzerinden, fakat aynı zamanda başkalarını ve/veya kendisinin özel becerilerinin sergilenmesi yoluyla keyiflendirmek ve bilgilendirmek üzere tasarlanmış bir faaliyettir”. Barnow ve Kirkland (1992:50) ise eğlenceyi “heterojen nitelikte geniş insan gruplarının hoşlandığı, satılabilir nitelikte herhangi bir deneyim” olarak tanımlamaktadır. Kavrama dair yapılan sınıflandırmanın diğer grubu olan öznel yaklaşım ise bir aktivitenin eğlence kapsamına girip girmediğini, etkilediği kişiden yola çıkarak değerlendirir. Leib’in (2001:243) bu yaklaşım ışığında yapmış olduğu tanımlamaya göre eğlence; “insanı eğlendiren bir şeydir”. Bosshart ve Macconi ise (1998:3) bir kişinin eğlence deneyimini yaşamak için kurgusal, fantastik bir dünyaya dalmaya hazır ve istekli olması, kendini kurgusal kişi ve eylemlerle özdeşleştirilmesi gerektiğini söyleyerek, eğlenceyi kişiye bağlı, öznel bir durum şeklinde nitelendirmektedirler. Öte yandan eğlence, bir tür zamanın tekdüzeliğini kırma eylemidir. “Normal” olarak kodlanan bir zamanı “normalite ötesine” geçirme biçimi olarak yorumlanabilecek eğlence; “zamanın dışında bir zaman”, gündelik hayatın can sıkıcılığını kıran, değiştiren ve hatta zaman zaman gündelik olanı dönüştüren bir ifade biçimidir (Fallasi, 1987; Öztürkmen, 1999: 179). Bu nedenle de toplumların ve onların tarihsel gelişimlerini anlamaya, anlamlandırmaya yönelik her türlü araştırmanın ciddiyle yaklaşılması gereken bir konu olarak eğlence yine özünde bir “uzlaşma” alanıdır. Toplumsal olarak neyin kutlanacağına, nasıl kutlanacağına dair ortak bir kanaatin, bir “hemfikirliliğin” ifadesidir. Öte yandan, biçiminde ve içeriğinde uzlaşılan eğlence biçimleri her zaman dışavurumcu olarak zuhur etmezler. Eğlencenin bir diğer önemli ifadesi de “zamanı eyleme” biçimi olarak ortaya çıkmaktadır. “Hoş vakit” geçirmenin belki de en sade yolu, bunu gündelik hayatın rutin işleri arasında kısa zamanlı da olsa bir farklılık yaratarak yapmak; başka bir deyişle “zaman içerisinde bir zaman” yaratmaktır (Öztürkmen, 1999; 179-181).

Eğlence kavramıyla özellikle sosyal bilimler dalında birlikte ele alınan diğer bir kavram boş zaman kavramıdır. Buna göre ilk olarak; yaşamın düzenlenmesi ve kontrol altına alınmasında temel ölçeklerden biri zamandır. Zaman, toplumsal örgütlenmenin belirleyici koşulu ve toplum üyeleri arasında bir anlaşma aracı olarak ortaklığın inşasında önemli rol üstlenmektedir. Buna göre zaman, toplumsal etkinlikleri sistematikleştirir; bölümlendirilmesi ise bir yandan etkinliklerin niteliğine ve tekrar sıklığına dayandırılırken, bir yandan da sosyalleşmenin ortak kabulüne uygun biçimde gerçekleştirilmektedir (Tellan, 2016:141). Öte yandan boş zaman kavramı, kişinin yaşam zorunlulukları ve biçimsel görevinin dışında istediği yönde kullanabildiği süredir (Kılbaş, 2001). Boş zaman çoğu zaman iş dışı kavram olarak da adlandırılmaktadır. Veblen boş zamanı, kişinin verimli bir işte çalışmaktansa, zamanı gösterişçi bir biçimde tüketmesi olarak üst ekonomik sınıfların yaşam biçimlerinden yola çıkarak ele alır (Yanıklar, 2006:144). Baudrillard'a göre ise boş zaman, iş yapmadan geçirilen ve harcanması gereken bir zaman dilimidir ve harcanan bu zaman dilimi bir statü elde etmek amacıyla gerçekleştirilir (Baudrillard, 2009: 77). Serbest zaman çalışmak, yemek, barınmak gibi yaşamın zorunlu gereksinimlerini karşıladığımız zaman dışındaki alandır; etkinlik olarak serbest zaman, yemek ve uyumak gibi zorunlu fiziksel gereksinimlerin yanı sıra çalışma, ev işleri ya da diğer toplumsal yükümlülüklerden arta kalan zamandır". Serbest zaman boş zaman ya da çalışmadan arta kalan zaman değildir. Serbest zaman, günlük yaşamın gereksinimlerinden özgür olabilme durumudur" (Aydoğan 2000:22). Kiteselleştirilmiş serbest zaman, serbest zaman etkinliklerinin metalaşmasıyla, serbest zaman kullanımının çok geniş bir sanayi tarafından hazırlanarak, kitlelere sunulmasıyla giderek daha çok sayıda insanın serbest zamanlarıyla aynı ya da benzer kitlesele olarak üretilmiş ürün ya da hizmetlerin tüketilmesiyle ortaya çıkmış bir terimdir. (Aydoğan 2000:137).

Eğlence pazarlamasıyla yakından ilişkili olan boş zaman ve boş zaman etkinlikleri tarihsel süreç içinde yaşanan toplumsal, ekonomik bağlamlara göre farklı biçimlerde değerlendirilmektedir. Genellikle popüler kültürle ilişkilendirilen eğlence kavramı ile boş zaman kavramı arasında da bir ilişki bulunmaktadır. Çağımızda boş zaman "yapılacak kimi etkinlikler" anlamına gelmektedir ve bu etkinliklerin bir çoğu da "eğlence" temellidir. Eğlence pazarı ise tüketicilerin boş zamanlarında tüketebilecekleri mal ve hizmetleri kapsamaktadır (Argan, 2007:7). Günümüzde eğlence endüstrisi hem bağımsız bir alan olarak varlık bulmakta hem de tiyatro, iletişim, sinema, müzik, edebiyat, bilim gibi bir çok farklı alanda ürün ve hizmetlerin tanıtılmasını ve pazarlanmasını sağlamaktadır (Çedikçi, 2008: 65). Dolayısıyla eğlence, gelenekselleşmiş toplum ilişkilerinden soyutlanarak, farklı ortam ve etkinlikleri içerisinde



barındırarak popüler kültürün oluşturulma, dönüştürülme, anlamlandırılma, aktarılma ve ilişkilendirilme sürecinin bir parçası haline gelmiştir. Sözlü kültürün yazılı kültüre ve yazılı kültürün de görsel kültüre dönüşmesiyle birlikte eğlence, zaman ve mekân sınırlılıklarını kıran, bireye özgürlükten bağımsızlaşıp yığınsal etkinliğe dönüşen bir sosyalleşme unsuru hâlini almıştır (Tellan, 2016). Popüler kültürde metaların tüketilebilmesi, tüketilecek olanların bireye ihtiyaç olarak sunulmasına dayanmaktadır. Hemen her isteği ihtiyaç ile özdeşleştiren ve ihtiyaçların bireyin satın alma alanındaki ticari metalarla karşılanacağını varsayan popüler kültür için alışveriş, iş dışı (boş) zamanın temel pratiğidir. İş dışı zaman, bir yandan ekonomik üretim dinamikleri içerisinde çalışma-yorulma ikilemindeki bireyin dinlenerek üretime yeniden hazırlanması iken diğer yandan da tüketimin gerçekleştirilerek kitlesel üretimin emilmesinde kullanılan işlevsel yaşam kesitidir. İş dışı (boş) zamanın düalitesi, kapitalist çalışma süreci dışı anların yine kapitalist tüketim süreci için feda edilmesine dayanmasındandır (Tellan, 2016).

“Eğlencenin metalaşması ya da kitle kültürü ürünü (üreticiler ile tüketiciler arasındaki bir ticari ürün) durumuna gelmesi, eğlencenin farklı amaçlar doğrultusunda yeniden kurgulanmasını, planlanmasını, geleneksel içeriğini ve işlevlerini yitirmesini de beraberinde getirmiştir. Süreklilik niteliğine sahip üretim, doğası gereği eğlence dünyasında tek türleşmeye neden olmuştur” (Özdemir, 2005: 30). Popüler kültürün bir eyleme birden fazla işlevsellik atfedebilme becerisi, eğlencenin insana, mekâna, zamana, iletişim tarzına, ilişkideki güç politikasına, özetle bağlama dayalı yapısını ortaya çıkarmaktadır. Eğlence, bireyler açısından hayalleri kurulan farklı etkinliklerin gerçekleştirilebilme ihtimali, grup bağlamında kişinin paylaşımları esasında çevresindekilerle birlikte mutluluk hissine ulaşması, toplumsal bakımdan bir etkinliğin dışsal değişkenlerden tamamen bağımsız seçildiği düşüncesi ve özgürlük, kültürel düzeyde ise ait olunan cinsiyet, ırk, sınıf vb. temelli ritüel ve deneyimlerin aktarımıdır (Tellan, 2016).

Çağımızda eğlence ile popüler kültürün tek bir olgunun iki farklı yüzü olduğu yorumu yaygın kabul görmektedir. Bu bağlamda Ray B. Browne popüler kültürün karakteristiğini şu şekilde özetlemektedir: “Popüler kültür izlediğimiz televizyon, seyrettiğimiz sinema, yediğimiz ev yemeği ya da fast-food, giydiğimiz giysiler, söylediğimiz şarkılar ya da duyduğumuz müzik, uğruna para harcadığımız şeyler, yaşama karşı tutumumuzdur. Bu kültür, gerek kitle medyası tarafından gerekse başka kanallardan dağıtılan içinde yaşadığımız toplumun bütünüdür. Özetle bütün dünyamız olandır” (aktaran Bates ve Feri, 2010: 3). Artık eğlence, yüksek kültürün kamuya sunduklarının aksine sıradan insanlar arasında bedensel, sözlü ya da simgesel düzeyde

iletişime konu olan; kendi yaşamını çevresine sunarak ilişkilerini anlamlı kılmaya çalışan bireylerin boş zaman etkinlikleri olarak okunmaktadır. Uzun bir zaman kesitinde ‘kişinin sıklıkla tek başına karar verdiği, zevk ve tercihleri doğrultusunda sergilediği eylemler’ ya da ‘empati ve zaman paylaşımı esaslı, beceri ve yeteneklerin sergilendiği, çoğulluk temelli paylaşımlar’ olarak betimlenen eğlencenin, popüler kültürün boş zaman pratiklerine egemen olduğu son yarım yüzyıllık kesitte ‘insan gruplarını bir araya getiren ticarileştirilebilir girişimler’, ‘pazarlanabilir ürünler’, ‘şov ve izlence kökenli kurgular’ ya da ‘mekâna bağlı deneyimler’ şeklinde tanımlanması; içerikteki tecimselleşmeyi açıkça ortaya koymaktadır. Bireyin mutluluk arayışını canlı tutan ve hoşla giden anlatılar ile eylemleri içeren eğlencenin nerede ve nasıl gerçekleştirildiği popüler kültürün en önemli unsurlarından birini oluşturmaktadır. Sözlü kültürün yazılı, görsel-işitsel ve günümüzde de sayısal-sanal (digital and virtual) kültüre evrilmesiyle birlikte eğlence deneyimleri zaman ve mekân sınırlamalarını aşarak, geniş kitleler tarafından paylaşılır hale gelmiştir. Mekânların tüketici istekleri doğrultusunda güncellenmesi, eğlencenin sürekliliğini sağlamıştır (Tellan, 2016). “Popüler kültürü haz duygusu güdüler ve özünde eğlenceye, vakit geçirmeye yönelik bir kültürdür. Popüler kültür insan metabolizmasının bir gerekliliğidir. Tarih boyunca bireyler bir şekilde yapmak zorunda oldukları ‘işlerin’, ‘görevlerin’, ‘ödevlerin’ ve ‘yükümlülüklerin’ dışında kalan zamanlarda rahatlama ve özgürleşme ihtiyacı hissederler. Bu rahatlama gereksinimi onları çeşitli kültürel pratiklere yöneltir. Bu pratikler toplumdan topluma ve dönemselsel olarak farklılıklar gösterse de değişmeyen tek şey, bu rahatlama aktivitelerinin ‘düşsel’ boyutudur. Bireyler bu düşsel zaman diliminde, gerçek hayatta ve çalışma koşullarında ulaşamadıkları bazı gereksinimlerin ve hazların tatminini hedeflerler”(Arik, 2009: 27). Bu çalışma ekseninde ise “erkek eğlencesi” olarak betimlenen pavyon eğlencesi popüler kültürün ve tüketimin sürekliliğini sağlayan kapitalist piyasanın yanı sıra, erkeklik için “yerel bir kültürü ve o kültüre ait eğlencenin gelenekselliği muhafaza etme” ve “terapi” olarak adlandırılmaktadır. Pavyonların kültür endüstrisi açısından değerlendirilmesi de bu anlatılar dahilinde mümkün olmaktadır. Zira, Ankara’nın pavyonları sosyal medya ve televizyon aracılığıyla standartlaşmış, bir farklılıktan ziyade benzerlik unsuruna sahip ve yeniden üretilen bir kültür ürünü olarak piyasaya sunulan Ankara oyun havalalarının pazarlandığı mekanlar, kültürün eğlence olarak metalaştığı ve yeniden üretildiği kapitalist piyasa pazarı olarak da görülebilir. Buna göre erkeklik ve pavyon eğlencesi de bu eğlence piyasasındaki biri olmadan diğeri düşünülmemeyen, birbiriyle yapısal olarak son derece özdeşleşmiş popüler bir fenomen olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kültür endüstrisinin standart bir ürünü haline gelen pavyon eğlencesi erkeklik için öncelikle “terapi” olarak betimlenmektedir. Zira kapitalist piyasanın rekabet sistemi içerisinde hayatta kalmak için fazla mesai yapan ve kimi zamanlarda aşırı çalışma temposunda yorulan bazı erkekler için pavyon bir çeşit “terapi merkezi” olarak tercih edilmektedir. Kendilerini gündelik hayatın stresi içerisinde “kapana kısılmış” olarak tanımlayan erkekler, pavyonun mekânsal-fiziksel özelliklerinin “cazibesi” olan loş ve renkli ışıklar altında alkol tüketip, “güzel” kadınlarla sohbet ederek veya karşılıklı sahnede “oyunarak” ya da “göbek atarak” eğlenme mekan pratiklerini deneyimlerler. Bu “özgür” deneyim ise kendilerine bir çeşit “rahatlama” ve terapi sağlamaktadır. Bu anlatı aynı zamanda 1960’larda Franco Basaglia’nın modern psikiyatrinin kapatma pratiğine karşı alternatif olarak yarattığı “Özgürlük Terapötiktir” sloganını da akıllara getirmektedir (Foot, 2014). Dolayısıyla bu slogan, çalışmanın merkeze aldığı erkeklik ve pavyon eğlencesi konusuna uyarlandığında, yol gösterici bir özellik arz eder; her ne olursa olsun fiziksel sınırları olan ve kapalı bir kamusal mekan olan pavyonda erkekler kendilerini özgür hissetmekte ve bu özgürlük ise onlara bir terapi sağlamaktadır. Mekanın fiziksel özellikleri, çoğu zaman klostrofobi yaratsa bile mekan içerisinde var olan bir fantezi dünyası, erkeklere terapötik bir etkide bulunmaktadır. Bu terapötik etki mekan içi tasarımın sinirsel uyarılara olan etkisi, alkol tüketimi, yüksek sesli müzik ve özellikle kadınların mekan içerisinde erkek eğlencesine hizmet etmeleri ve müşteriler için zaman geçirmeye “müsait” olarak görülmeleri çerçevesinde ele alındığında, erkekler için “vazgeçilemez” olarak adlandırılmakta ve temel bir boş zaman geçirme pratiğinin ve hazzın karşılanma ihtiyacını tatmin etmektedir. Öte yandan erkekler için böylesine bir terapi sağladığı belirtilen bu eğlence ve boş zaman aktivitesinin erkekler için fazlasıyla da götürüsü bulunmaktadır. Pavyonların kültür endüstrisi kapsamında değerlendirilmesinden hareketle, standartlaşan ve yeniden üretilen alaturka ve alafranga eğlencesi erkekleri kontrolsüz bir savurganlığa ve sınırları belirsiz bir tüketim çılgınlığına da yönlendirmektedir. Maddi bedelleri yüksek olan bu eğlencenin “bağımlılık yaptığı” da müşteri erkeklerle yapılan görüşmelerden çıkarılan sonuçlardan biridir. Öte yandan, bu eğlence biçiminde kadınların “eğlence ve sohbet” konusunda müsait görülmeleri, erkekler için ayrı bir tercih unsurudur. Kendilerinden maddi götürüleri ne olursa olsun, belirli ritüeller, eğlencenin sürekliliği ve kadınlar boş zaman pratiği ve eğlence olarak pavyonu erkekler için tercih edilen bir eğlence biçimi olarak karşımıza çıkarmaktadır.

Özetle, pavyon eğlencesi erkeklikle ele alındığında terapötik, maddi götürüleri yüksek olsa da bağımlılık yaratan bir eğlence biçimidir. Bu konuyla bağlantılı olarak yerel bir kültürü ve o kültüre ait eğlencenin gelenekselliği muhafaza etme konusunda değinilmesi gereken önemli

unsurlar da bulunmaktadır. Zira bu yerel kültürü muhafaza etme pratiği, alaturka ve alafranga eğlence biçimlerini daha çok geleneksel erkek değerleri üzerinden ele almakta ve pavyon eğlencesini bir alt kültür olarak “egemen” erkeklik kültürüne entegre etmektedir. Burada söz konusu olan alt kültür kavramının erkeklik ve pavyon kültürü ikiliğinde ele alınmasının önemli kıstaslarından birisi de, Connell’ın çoklu erkeklikler önermesinden hareketle, tüm erkeklerin eğlenmek için pavyona gitmediğini, bir kısmının pavyonu bir hayat tarzının içerisine dahil ederek, eğlence performanslarını kültürel değerlerle karıştırarak ayrı bir alt kültürü oluşturmalarıdır. Muhafaza edildiğine inanılan bu yerel kültürel değerler ise, aslında kültür endüstrisinin ürünleri olarak standartlaştırılmış bir düzlemde piyasaya sunulmakta ve tüketilmektedir. Muhafaza etme ise esasında belirli bir erkeklik kimliğini ve bu kimliğin ürünü olan geleneksel bir erkeklik performansını Ankara’nın yerel kültürüyle özdeşleştirerek temsil etme aşamasında başlar. Kültür endüstrisinin yerel bir eğlence performansını meta halinde piyasaya sunması, bu metanın reklamını yapan mekanlar aracılığıyla tüketen erkekler için de bir alt kültür yaratmaktadır. Zira bu alt kültür ve erkeklik kültürü olarak pavyon kültürü bu bölümden sonraki başlık altında daha detaylı incelenecektir.

#### **2.4.7. Bir Erkeklik Alt Kültürü Olarak Pavyon Kültürü ve Ankaralı Erkek İmgesi**

Adorno ve Horkheimer’a göre eğlence endüstrisinin yükselmesi, kültürel ürünlerin standartlaşması ve rasyonalizasyonu ile sonuçlanmıştır. Üretilen bu ürünler, kapitalist birikim ve kar elde etme amaçlarına uygun olarak, kitlelerin tüketimi için hazırlanmıştır (Çağan, 2003: 183). Bu ürünler, tüketici bireye bir yaşam biçimi, bir dünya görüşü benimsetir, onu şartlandırır ve değişik reklam değerleri bir yaşam biçimi yaratır. Böylece tek boyutlu düşünce ve davranışlar biçimlenmiş olur (Marcuse,1975; Şan ve Hira, 2007). Kitle iletişim araçları sanatı, siyaseti, dini, felsefeyi, ticareti uyumlu bir biçimde ve çoğu zaman el altından birbirine karıştırmakla kalmamakta, aynı zamanda bu kültür alanlarını ortak bir duruma, bir ticari biçime indirgemektedir. Buna göre “*gönlümüze seslenen müzik bile ticari bir müziktir ve sadece alışveriş değerleri önemli hale gelerek, bunlar dışındaki her şey önemini yitirmektedir*” (Marcuse,1975:76). Horkheimer ve Adorno *Aydınlanmanın Diyalektiği*’nde geliştirmiş oldukları kültür endüstrisi kavramını, bir kültür kuramından çok bir endüstri kuramı olarak geliştirmişlerdir (Adorno ve Horkheimer, 1996:7-8). Bu bağlamda endüstri sözcüğü de doğrudan doğruya üretim sürecini değil, kültürel bir ürün standardizasyonunu ve dağıtım tekniklerinin rasyonelleştirilmesini anlatmak amacıyla kullanılmaktadır (Adorno, 2003:75).

Dolayısıyla bu çalışmada ele alınan erkeklik alt kültürü olarak pavyon kültürü, kitle kültürünün bir uzantısı olarak Ankara'nın yerel kültürünü mekânsal olarak metalaştırmakta ve bu tarz seri üretim metaları (örneğin yeni dönem Ankaralı şarkıcıların Ankara Oyun havaları temalı şarkıları gibi kültürel metaları) aracılığıyla ait oldukları statü gruplarına uygun tüketim biçimlerine motive eden ve statükoyu rasyonelleştiren bir etmendir. Öte yandan popüler kültürün birey psikolojisinde açığa çıkardığı yetmezlik ve yorgunluk duygusunun aşılması, yapılacak etkinlik türünün ve gidilecek eğlence mekânının seçiminde belirleyici olmaktadır. Eğlenceden alınacak haz ile gerek bireysel düzeyde doyuma ulaşılması gerekse toplumsal düzeyde sosyalleşmenin sağlanması, ancak 'biriciklik', 'benzersizlik', 'kişinin şahsına aitlik' duygusunu işlevselleşmesiyle mümkündür. İnsani duyguların homojen kitle eğlence endüstrisinde karşılanmasının güçlüğü, mikro ölçekli haz topluluklarına dâhil olma çabasını ve bu toplulukların bulunduğu mekânlara yönelmeyi gerektirmektedir. Bu bağlamda mekânın, eğlence arayışındaki kişi açısından coğrafi yer ya da konum olarak önemi geri plana düşerken mekânda bulunan diğer kişilere ve mekânın imajına atfettiği önemler ön plana çıkmaktadır (Tellan, 2016).

Geçmiş dönemlerden günümüzde değin gelen eğlence mekânları ise faaliyet kümelerinden ikincisini oluşturmaktadır. Eğlenme duygusunun karşılandığı, bulunmaktan haz alınan açık ya da kapalı her türden mekân, tecimsel karakteristiktan uzak kaldığı ölçüde doğal bir kamusal alan niteliğine kavuşmakta ve geçmişin günümüzdeki devamı olarak anlam kazanmaktadır. Sözlü kültür ve kişiler arası ilişkilerin sürdürülmeye çalışıldığı ve hemen her türden faaliyetin geleneksel tarzda gerçekleştirildiği mekânlar, ticarileşmelerine karşın sınırlanmamış durumdadır. Yaş, cinsiyet, statü, meslek grubu gibi faktörlere bağlı olarak kendi içinde de işlevselleşen bu mekânların iç ve dış tasarımlarının geleneksel özellikte olması tecimsellikten ayırt edici bir diğer noktadır. Bu noktada kültür esaslı yeniden yapılandırmalarda geçmişle bağların koparılmadan günümüz taleplerinin karşılanması stratejisi önceliklidir. Geleneksel kültür ile mekân dolayımında eğlence iç içe geçmektedir ve mekân markalaşma gücünü ve enerjisini sembolik ekonomiye dayandırmaktadır. Buna göre, üçüncü tür eğlence mekânı kümelenmesi geniş kesimlere hitap eden mekânların dışında kalan alternatif yerlerdir. Alternatif mekânların alternatifliği, ticariliğe ve popüler kültüre karşıtlığı değil, aksine bunlarla bütünleşmiş bir alt kültür arayışına dayanmaktadır. Dolayısıyla bu mekânlarda, popüler kültürün eğlence pratikleri farklı alt kültür gruplarına eklenerek, haz arayışındaki bireyin kolektifliğin sınırlamalarını aşarak kendi tecrübeleri üzerinden konuşması sağlanmaktadır. "Bu nedenle, alt kültürler, insanların mesken tuttıkları yeni zaman ve yerler olarak ortaya çıkarlar; alt kültürler,

yeni kimlik kaynaklarıdır; alt kültürler, yeni farklılık gösterenidir” (Jenks, 2007: 190). Alt kültür, önerileriyle popüler kültür dinamiklerinin kendini güncelleyip geliştirmesinde; medya, moda, güzellik, iç mekân tasarımı gibi alanlarda yeni ticari açılımlara imkân tanınmasıyla önemli bir işlevselliğe sahiptir (Tellan, 2016).

Ankara'daki pavyonların sunduğu Ankara oyun havalarını tüketen erkekler, bir alt kültür olarak pavyon kültürünü ve bu kültürün içerisinde belirli bir imaj setine ve temsil pratiğine sahip popüler bir “Ankaralı erkek” kimliği de üretmektedir. Bu kimlik, pavyon eğlencesinin meta olarak pazarlanmasının yanında ayrı bir ürün olarak yine ekonomik sermaye ile mekanları ve eğlenceyi tüketerek ortaya çıkmaktadır. Ankaralı erkek imgesi, geleneksel değerlerini, yerel kültürünü ve alaturka eğlenceyi de muhafaza eden bir ideal olarak popüler kültür ürünü olarak tüketilmektedir<sup>11</sup>. Ankaralı erkek imgesi ve pavyon eğlencesi birbiriyle bütünleşmiş bir imaj seti olarak güncel olarak kabul görmektedir. Zira bu imgenin son dönemlerde popüler kültür aracılığıyla kurgulanan eril bir kimlik olduğu da belirtilmelidir. Bu popüler erkek kimliğinin, kültür endüstrisi tarafından bir tüketici kitlesine sunulduğu; eğlence ve mekanı birbirlerini tamamlayan parçalar olarak bir alt kültür bütünü haline getirdiği de söylenebilir. Buna göre Ankaralı erkek imgesi ve bu imajın pavyon kültürü ile olan bağlantısına özellikle yeni medyanın ürettiği söylemsel pratiklerde, görsel ve işitsel materyallerde de çokça rastlanmaktadır. Pavyonların ve Ankaralı şarkıcı erkeklerin reklamlarının yapıldığı en önemli mecralardan olan sosyal paylaşım ağlarında, müzikli kliplerin izleyiciler tarafından milyonlarca kez görüntülenmiş olması<sup>12</sup> ve bu alanın kapital merkezli bir sektör haline gelmesi, kültür endüstrisi kavramının bu argümanda kullanılmasının nedenini ispatlar niteliktedir. Metaforik olarak açıklanacak olursa; Ankara'nın eğlence kültürü, hem üreticileri hem de tüketicileri hem de ürünleri günümüzde hızlı tüketim materyalleri haline gelmiştir. Bu eğlence kültürünün temsil alanının en önemli yerinde duran günümüzdeki Ankaralı erkek imgesi ise, Ankara'nın tarihsel ve kültürel nüvesinde bulunan Seymen geleneğinin ve bu geleneğin kültürel temsilinde önemli bir rolü olan erkekliğin sahip olduğu geleneksel davranış setinin bazı yönlerini aslına sağdı

<sup>11</sup> Zira popüler kültürde Ankaralı Erkek imajını hem mekan-pratik hem de fantastik bir hiper maskülen karakter olarak üreten en güncel örneklerden biri 2010-2013 yılları arasında Serdar Akar yönetmenliğinde seyirciye sunulan “Behzat Ç. Bir Ankara Polisiyesi” dizisindeki Komiser Behzat karakteridir. Erdal Beşikçioğlu'nun oyunculuğunda hayat bulan Behzat karakteri, son dönemde popüler hale gelen Ankaralı Erkek imajının tüketicisi olan bir erkeğin nasıl davranması gerektiğine, habitusuna, sembolik sermayesine ve jargonuna yönelik olarak temsil edilen bir kimlik setidir.

<sup>12</sup> Örneğin son dönemde hemen hemen her platformda çalınan popüler bir Ankara şarkısı ve klibi 58 milyona yakın izlenme/dinlenme rekoru kırmıştır. Bakınız: <https://www.youtube.com/watch?v=XPLDKA8MPLc>

kalarak, bazı yönlerini ise- özellikle giyim, aksesuar gibi- çağa uygun biçimde dönüştürerek yeniden yorumlanmıştır. Öte yandan, “eğlenmesini bilen, kendisine has bir imajı olan, hava atmayı, para harcamayı, alkolü ve kadınları seven erkek” için “Ankaralı” olmak bir prestije sahip olmak demektir. Ankara’nın düğünlerine has olan eğlence biçimlerini pavyon kültürüne benzeten gazino patronları, Ankaralı erkeğin tipolojisini bir erkeklik prestiji metaforuyla bağdaştırmaktadırlar. Buna göre pavyonda “para verip, sahnede kadın oynatmak” ne kadar önemli bir itibar göstergesi ise, Ankara düğünlerinde kadın oynatmak da o kadar önemlidir. Zira bu noktada önemli olan bir diğer husus da Ankaralı erkeğin “eğlenmesini bilen” özelliğinin kanıtı olarak “eline zili alıp sahneye çıkması” ve parasıyla kadın “oynatmasıdır”. Bu bir bakıma şu anlama da gelmektedir; erkeğin ağırbaşlı bir izleyici olarak kadının dansını izlediği eril eğlence pratiği, pavyonlarda ve Ankaralı erkek imgesinde “eğlencesi uğruna ekonomik sermayesini harcamaktan çekinmeyen”, hem “kadını izleyen-kadını oynatan” hem de “kendisi izlenen-kendisi oynayan” şeklinde kodlanmaktadır. Ankaralı erkeğin şanı, Ankara’ya has eğlence kültürünün bu tarz bir dizi kodlar ve pratiklerle yeniden üretiminde kendisini var etmektedir.

Ankaralı erkek imgesi, günümüzde seri olarak üretilen, standartlaştırılmış Ankara oyun havaları olarak tanımlanan şarkılarda, müzik kliplerinin senaryolarında ve yine bu şarkıların güncel sözlerinde yeniden üretilen bir kurgu haline gelmiştir. Ankara’nın erkekliği; ataerkil değerleri, yerel jargonu, sembolik imajları muhafaza eden bir erkeklik alt kültürünün merkezindedir. Hegemonya inşa süreçleri özellikle Ankara’nın yerel kültürünün erkeklik nezdinde muhafaza edilmesiyle oluşmaktadır. Popüler bir Ankara şarkısının sözleri üzerinden örnek verilirse; “her yolun Ankara’ya çıktığı” kurgusal bir düzlemde, günümüz batılı burjuva yeni erkeğin karşısına alternatif bir erkeklik alt kültürünün geleneksel ve muhafazakar imaj setiyle karşı hegemonya yaratarak çıkan bir Ankaralı erkek vardır.<sup>13</sup> Öyle ki bu erkek kendisini “Ankaralı” olarak da değil “Angaralı” olarak tanıtmakta, “Ankara” sözcüğünün modern dildeki “k” harfiyle olan telaffuzunun karşısına Ankara’nın tarihi isimlerinden biri olan “Angora” sözcüğündeki “g” harfiyle birlikte kullanılarak yöresel şivede “Angara” olarak telaffuz edilen şehrin “has yerlisi” olma ünvanına nail olduğunu ispatlamaya çalışmaktadır. Bu “Ankaralı” yerine “Angaralı” sıfatının kullanılması, geleneğine, kültürüne, tarihine ve şivesine bağlılıkla şekillenen eril bir

<sup>13</sup> Bu geleneksel ve kültürel değerleri muhafaza eden erkek; “Kanka”ya “gardaş” olarak hitap etmekte, “Ankara’nın Bebesinin” her yolu Ankara’ya çıkardığını ifade etmektedir. Burada yeni erkeklığe yönelik geleneksel erkeklikte ortaya çıkan bir kriz eğiliminin sonucu olarak karşı hegemonya inşasının yaratılması da açıkça gözlemlenmektedir. Ankaralı erkeklere has bir hitap biçiminin yeni dönem “Ankara şarkılarında” üretilmesi ve kullanılmasına popüler bir örnek olarak bakınız: <https://www.youtube.com/watch?v=XPLDKA8MPLc>

muhafazakar eğilimin göstergesidir ve modern batılı burjuva erkekliğine karşı, karşı-hegemonya kurma araçlarından biridir. “Angara’ya bir sevdalı” gibi aşkınlıkla bağlı olan bu erkek tipi, Ankara’nın eğlence kültürünü merkeze alan seri üretim şarkıların kliplerinde kendisini çokça görünür kılmaktadır.

Öte yandan yine bu seri üretim şarkılar kitle ürünleri halinde tüketilmektedir ve isimlerinin başında “Ankaralı” sıfatıyla tanımlanan birçok erkek şarkıcının da ihraç edildiği bir piyasanın kültür ürünleri haline dönüşmüştür.<sup>14</sup> Bu konuda pavyonlar da bu Ankaralı şarkıcıların müziklerini icra ettikleri kamusal mekanlardır. Dolayısıyla pavyonlar, bu alandaki kültür endüstrisinin de merkezi haline gelen, kültür ürünlerinin tüketildiği ve yeniden üretildiği mekanlar olarak, bir erkeklik alt kültürünün de biçimlendiği lokasyonlardır. Ankara oyun havalının ve pavyon eğlencesinin tüketicileri olarak bir alt kültürel kimlik temsil eden erkekler için pavyonlar, yine kamusal mekanlar olarak oyunculuk performanslarını sergileyebildikleri bir kamusal sahneye de dönüşmektedir. Mekan içi ritüeller gerçeklik ve kurgu arasında kalan ve tüketici erkekler tarafından performansa dönüştürülen edimler olarak karşımıza çıkarlar; “sahnedeyken oyun havası oynamak, konfeti patlatmak, sazculara, solistlere ve kadınlara pahalı içkiler ısmarlamak”, alt gelir grubuna mensup olduğu halde kısa süreli eğlence uğruna tüm ekonomik sermayesini bir dizi gösterişle harcamak, işçi olduğu halde kendisini “patron tanıtmak” ve şiddet kullanmaya muktedir olduğunu belirten, “tehditkar” ve “belalı” bir mafya babası rolüne bürünmek gibi performanslar aynı zamanda pavyon mekan-pratiğinin tetiklediği bir çeşit eril fantezinin haz veren performanslarıdır. Fakat eril söylemdeki bu “rol kesme” ediminin erkeğe ödediği bir bedel de vardır. Bu bedel, sahip olunan –belki de- tüm ekonomik sermayenin kısa süreli haz veren bir gösteriş performansı uğruna harcanmasının yıkıcı sonuçlarıyla erkeğin karşısında durmaktadır. Ankaralı erkek, kendisine eril itibar sağlayan “çapkınlığının” ve “eğlence düşkünlüğünün” ekonomik yıkımla sonuçlanan bedelini, bir önceki gece “mekanın kraliyet” ertesi sabah “simit ve ayranı tamah eden berduş zampara” seviyesine düşerek ödemektedir. Ama bu bedeli ödemek bile erkeği, haz aldığı bu prestij kaynağından uzaklaştırmaya yetmez. Aksine bu bedeli ödemek ona yine içsel olarak haz veren bir itibar performansına dönüşmüştür. Zira popüler kültür, görsel ve işitsel ürünleriyle bedel ödemenin yaratacağı yıkımdan dolayı acı çekme ile bu yıkımdan haz almanın sınırlarını aşındırarak bu iki duyguyu adeta birbirine karıştırmakta, pavyonda tüm parasını harcayan “zampara” erkeği

<sup>14</sup> Son dönemde bu müzik piyasasında “Ankaralı” olarak nam salan birçok şarkıcı ihraç edilmektedir ve sadece sosyal paylaşım ağlarında milyonlar tarafından dinlenme ve izlenme rekorları kıran bir çok seri üretim şarkı bulunmaktadır.



medyatik biçimde adeta kutsamaktadır. Bir bakıma bu kutsama, kapitalist eğlence piyasasının devinimine de büyük ölçüde katkı sağlamaktadır.<sup>15</sup>

Özetle popüler kültür ürünü olarak eğlence ve boş zaman aktivitesi bağlamında erkeklik ile ele alınan pavyon eğlencesi, belirli imaj ve temsil setine sahip bir erkek tüketici grubu tarafından alt kültür alanına doğru kaydırılmıştır. Bu anlatının alt kültür bağlamında incelenmesi ise bizi bu mekanlarda ortaya çıkan gündelik yaşam kültürünün oldukça karmaşık bir şekilde, kendisini değişik biçimlerde temsil ettiği sonucuna götürmektedir. Toplumsal aktörler olarak erkekler buralarda oyuncu performanslar aracılığıyla kurgusal sosyal statü, itibar ve rol edinmektedirler. Gerçekte herkesçe görülme ya da herkesçe açık olma hali bireyleri toplumsal kabul görme kıstaslarını dikkate almaya, onay görücü edimler ve temsiller içerisine girmeye ya da dramaturjik performans sergilemeye götürmektedir. Bu realite, mekanlarda temsiliyet bulan sosyalitelerin ve sosyal davranış örüntülerinin bir bakıma kurmaca, inşa olunmuş, toplumsalın baskısına yüksek oranda açıklıkla karakterize olmuş performatik gösterimler olduğunu göstermektedir (Aytaç, 2007: 209). Erkekler pavyonlarda meta haline gelen kültür ürünlerini, yine metalaşan bir erkeklik kimliğinin performanslarıyla tüketmekte ve kendi alt kültür gruplarında bu şekilde sosyalleşmektedirler. Geleneksel Ankaralı erkek imgesinin Ankara'nın yerel jargonu ve gündelik yaşam pratikleriyle sabitlendiği, eğlence ve boş zaman pratiği olarak erkeklerin pavyonlarda sosyalleşme süreçlerine katılması, pavyon kültürünü bir erkeklik alt kültürü olarak inşa etmektedir. Pavyonlarda hegemonik erkekliklerin kurulumunu detaylı olarak anlayabilmemiz için bu ön okumanın gerekli olduğu aşikardır. Kavramsal ve kuramsal çerçevenin yapılandırıldığı bu bölümün son başlığı olan mekan ve toplumsal cinsiyet ikili bağlamında pavyonların cinsiyeti tartışılacak ve mekanın toplumsal cinsiyeti nasıl temsil ettiği sorgulanacaktır.

#### **2.4.8. Mekan ve Toplumsal Cinsiyet İkiliği Bağlamında Pavyonların Cinsiyeti**

Pozitivist paradigmanın 'geometrik uzam' olarak sınırlandığı, post modern paradigmanın ise 'eşitliğin ve özgürlüğün gerçeklik kazandığı yer' şeklinde tanımladığı mekân, eleştirel paradigmada sosyal süreçleri hem etkileyen hem de onlar tarafından etkilenen bir konumdadır.

<sup>15</sup> Bu argümana Ankara eğlence sektörünün medyatik bağlamda tanıtımını yapan Ankaralı Namık'ın "Dar Geldi Sana Ankara" adlı şarkısına çektiği müzik klipi örnek olarak verilebilir. Bakınız: <https://www.youtube.com/watch?v=NomNekdDyHI>

Eleştirel paradigma mekânı, egemen üretim sürecinin açığa çıkardığı içsel çelişkilerden kurtulmak için yeniden düzenlenen, ancak her müdahaleyle birlikte yeni dışsal çelişkiler doğuran bir “üretilmiş ortam” olarak okumaktadır. Eleştirel paradigmaya göre insan zihninin işleyişinde yine insan tarafından anlamlı parçalara bölünerek somutlaşan zaman, belli bir mekânda gerçekleştirilen ortak insan eylemleri kesiti iken; mekân ise tarihsel geçmişin, ekonomik üretimin ve mevcut iş bölümüyle güç ilişkilerinin üzerinde yapılandırıldığı konum-zamanın organizasyonudur (Tellan, 2016: 139).

Mekan; toplumsal olarak üretilir. Olayların geçtiği yer (locus) ile toplumsal faillerin ve davranışsal birimlerin yöneldiği şey (focus) olma özellikleri arasındaki diyalektiğin ürünü olan, toplumsal faillerin etkinlikleriyle (yeniden) yapılanan ve yeniden üretilerek dönüşen yerdir. Dolayısıyla toplumsal faillerin nesnel ve öznel deneyimleri mekana anlam yükleyip onu yeniden tanımlar. Öte yandan mekânsal biçimlerde faillerin davranış kalıplarında belirli etkiler yaratır ve bütün bu süreçler belirli yapısal ve tarihsel koşullar altında gerçekleşir (Alkan, 2009:9). Dolayısıyla mekanın örgütlenmesiyle üretim sürecinin ve bu sürecin beraberinde getirdiği toplumsal-yönetimsel ilişkiler ağının önemli bir ilişkisi bulunmaktadır. Sanayileşme öncesi dönemde mekân, sosyal yaşama bağlı ve doğrudan bir örgütlülüğe sahip olmuştur. Gündelik yaşamın unsurları, doğrudan bireylerin buldukları, kendilerini ürettikleri, kendileri gibi olan diğer bireylerle ilişkide oldukları ‘yer’in coğrafi, tarihsel, kültürel özelliklerine, ekolojik koşullarına ve zamanın belli bir kesitindeki hâline bağlıydı. Kapitalizmle birlikte mekân soyutlaşmış, homojenleşmiş, çizgisel sürekliliğe sahip, içi boşaltılmış ve edilgen bir alana işaret etmeye başlamıştır (Yırtıcı, 2005).

Mekân en dinamik olduğu koşullarda (zamanda) dahi, pasif ve itaatkâr bir karakteristiğe sahiptir. Geleneksel kapitalizmde mekânın edilgenliği, nesnelere örgütlenmesinde ve farklılıkların niteliksel değil niceliksel düzlemde tanımlanmasında açığa çıkarken; modern kapitalizmle birlikte mekânın edilgenliği, rasyonel bir kontrol ve coğrafi soyutlama aracılığıyla etkin bir konumlandırmaya dayanmaktadır. Konumlandırmanın etkinliği tümleşik bir finansal ekonominin parçası hâline gelmesindedir. Toplumsal yaşamın üretimiyle mekân-zaman anlayışına egemen olan tarz arasındaki bağlar, bireyin gündelik yaşamını nerede, nasıl, kimlerle ve hangi zaman kesiti içerisinde geçireceğine ilişkin olguları açığa çıkarmaktadır (Tellan, 2016: 140). Öte yandan, cinsiyet tanımlarıyla ilişkilerinin zaman ve mekan içerisinde değiştiklerini söylemek, bu tanım ve ilişkilerin “yer” ile yakından bağlantılı olduğunu da görmeyi

gerektirmektedir. Cinsiyet rolleriyle erkeklik ve kadınlık tanımlarının toplumsal (yeniden) yapılandırılması sürecinde mekânsal ayrışmalar ve mekanla ilişkiler kritik önemdedir. Cinsiyet ilişkilerinin (yeniden) yapılandırılmasının niteliği, sosyo-mekânsal yapının değişken doğasını hem yansıtır hem de etkiler (Alkan, 2013:13). 1960ların sonlarından itibaren Lefebvre (1973;1976), Castells (1972) ve Harvey'in (1973) öncülüğünü yaptığı yeni Marksist yaklaşımlar, mekanın (yeniden) üretim süreçlerini yansızlıktan kurtararak, toplumsallık, iktidar ve politikayla olan bağlantısını kurmuşlardır. Ne var ki mekanın ideolojik ve politik süreçlerden ayrıtırılmayan “toplumsal bir ürün” olduğu önermesi, cinsiyetçi süreçlerin toplumsal-mekan bağlamıyla çözümlenmesinde ufuk açıcı olabileceken, patriarkal niteliği göz ardı edilen kapitalist üretim ilişkilerine ve bu bağlamda cinsiyetsizmiş gibi tanımlanan sınıfsal çelişkilerine odaklanması bu olanağı ortadan kaldırmıştır (Alkan, 2013:13-14).

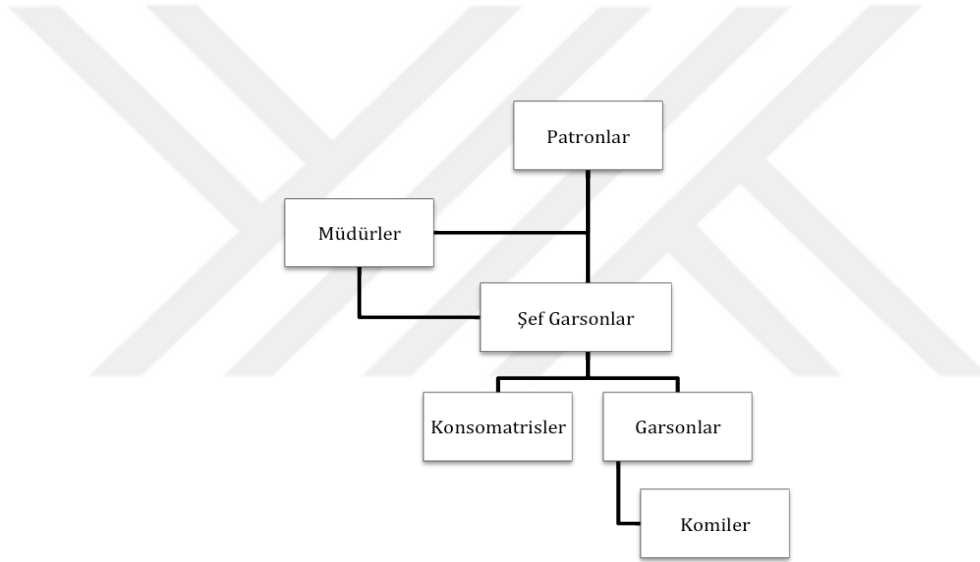
Mekanı ve mekânsal süreçleri cinsiyet ilişkileriyle bütünleştirerek gözden geçirenlerse feminist kuramlar olmuştur. Mekan tartışmalarıyla kadın konumunu birlikte ele alıp çözümleyen çalışmalar, 1970lerde başlayarak 1980lerde disiplinlerin yerleşik bir bileşeni haline gelmiş ve feminist kuramın mekânsal ilişkiler formülasyonu Irigaray'ın (1983), Haraway'ın (1985;1991) ve Monk ve Hanson'ın (1982) yaptığı çalışmalarla desteklenmiştir. Buna göre cinsiyet çalışmalarıyla mekan çalışmalarının tanışması, salt insan-çevre ilişkileri alanındaki literatüre yeni bir içeriğin eklenmesi olarak kalmamış, aynı zamanda cinsiyet konumları, ilişkileri ve dinamiklerinin mekânsal biçim ve süreçlerinin temel bir unsuru olduğu gerçeğini de açığa çıkarmıştır (Alkan, 2013: 14-15). Alandan elde edilen veriler ve yukarıda bahsi geçen kuramsal bilgiler ışığında değerlendirildiğinde şunu söylemek mümkündür; pavyonlar kent yaşamının gündeliği, eğlence ve boş zaman pratikleriyle olan ilişkisellikleri bakımından ve zaman içerisinde uğradıkları politik, ekonomik ve kültürel dönüşümler neticesinde erkeklerin hem sermaye sahipleri olarak işlettikleri ve eğlence endüstrisinde ciddi bir iş gücünün oluşturacak biçimde çalıştıkları iş yerleri hem de eğlenmek için tercih ettikleri mekanlardır. Buna göre, erkeklere ait bir mekan-pratik olarak pavyonlar günümüzde “Ankaralı Erkek” stereotipinin de sergilendiği ve kendisine has özgün nitelikleri olan bu eril imajın kültürel bir meta olarak tüketime sunulduğu popüler bir müzayede haline gelerek Ankara oyun havaları kültürü ile özdeşleşen bir erkeklik alt kültürünün oluşmasında önemli role sahip olmuşlardır.

### 3. BÖLÜM: ARAŞTIRMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRME

Erkeklik çalışmaları, hegemonik erkeklik, eğlence ve modernleşme ekseninde çizdiği kavramsal-kuramsal çerçevesini, feminist yöntemibilim ışığında alandan elde ettiği verilerle yorumlayan bu araştırmaya göre; Ankara'nın pavyonlarında tek bir hegemonik erkeklik ve inşası değil, çoklu hegemonik erkeklikler ve farklı inşa biçimleri vardır. Araştırmanın odaklandığı ana grup, pavyonu bir eğlence ve boş zaman pratiği olarak tercih eden müşteri erkeklerken, alanda yapılan gözlemler ve görüşmeler sonucunda farklı erkeklik gruplarına da odaklanılmış ve Ankara pavyon kültüründe müşteri erkeklerden başka farklı hegemonik erkekliklerin de inşa edildiği bulgusuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla pavyon sadece müşteri erkeklerin hegemonya kurdukları bir mekan-pratik değil, aynı zamanda çalışan erkekler (müdürler, şef garsonlar, komiler, güvenlik görevlileri, şarkıcı erkekler) ve sermaye sahipleri erkeklerin (patronlar gibi) farklı iktidar alanlarında konumlanarak hegemonik erkeklikleri inşa ettikleri bir mekan-pratiktir. Çoklu hegemonik erkekliklerin mekânsal düzeyde hiyerarşik bir biçimde inşa edilmeleri de bu çalışmanın diğer bulgularından biridir.

Ankara pavyon kültüründe hegemonik erkekliklerin kurulumu ve temsil edilme sürecindeki başat öğeler ekonomik sermaye ve sembolik şiddettir. Buna göre, ekonomik sermayenin erkekler tarafından kullanım performanslarına göre sınırları çizilen ve birbirleriyle her an etkileşimde olan üç farklı iktidar alanı bulunmaktadır. Bu farklı iktidar alanları erkekliklerin sahip oldukları farklı sermayelerle şekillenen habitusları aracılığıyla birbirleriyle etkileşim haline girmektedirler. Bu etkileşim ise belli noktalarda çatışma ve belli koşullarda ortaklık alanları inşa etmektedir. Buna göre pavyon mekan-pratiğinde inşa edilen hegemonik erkeklikler, bu çalışma kapsamında “Gazino Patronları”, “Çalışan Erkekler” ve “Müşteri Erkekler” olarak üç farklı başlık altında toplanarak; birbirleriyle benzer inşa, çatışma ve uzlaşma stratejileri ve ilişkisellikleri bakımından incelenmiştir. Öte yandan bu çalışmada pavyon bir yönüyle, kapitalist sermayenin dolaşımında olduğu rekabet piyasası içerisindeki bir iş yeri olarak ele alınmıştır. Buna göre sermaye sahipleri; iş verenler olan Gazino Patronları ve iş yeri personelleri olan Çalışan Erkekler arasındaki konum alışlar, hegemonik erkekliğin ekonomik ve sembolik sermayeyle yapılandırılan yönüne ışık tutarak sınıfsal bağlamda da analiz edilmiştir. Ayrıca iş yeri içerisindeki bu iki farklı hegemonik erkekliğin inşasına bir de Müşteri Erkekler olarak farklı bir sermaye sahibi erkek grubunun erkeklik inşa stratejileri de eklenildiğinde, ortaya oldukça kompleks ve anlaşılması fazlaca zor hale gelen bir değerlendirme çıkmaktadır.

Dolayısıyla hegemonik erkekliği herhangi bir kategorizasyona sokmak ya da çalışmanın ana bulgusu olarak tek bir grubu ele almanın ötesinde, bu bölümlendirmeler, alandan elde edilen verileri daha kapsamlı ve düzenli bir biçimde sunmak adına yapılmıştır. Yine bu amaç doğrultusunda pavyonlardaki hegemonik erkekliklerin kurulumunda rolleri görmezden gelinemeyecek derecede önemli olan konsomatrislerin de farklı bir başlık altında değerlendirilmesi, konuyu her yönüyle ele alan kapsamlı bir araştırma ortaya çıkarma çabasıdır. Bu yüzden bu bölümde Erkekler ve Kadınlar-birbirleriyle olan etkileşimleri her yönüyle ele alınarak- farklı başlıklar altında incelenmiştir. Dolayısıyla konuya ilk olarak bu araştırmanın önemli bir bulgusu olan pavyon içerisindeki hiyerarşinin açıklamasıyla başlanabilir. Buna göre, pavyon eril bir mekan pratik olarak, mekan içi toplumsal cinsiyet ve emek hiyerarşisini sürekli yeniden üreterek bunun devamlılığını sağlayan bir eğlence yeridir.



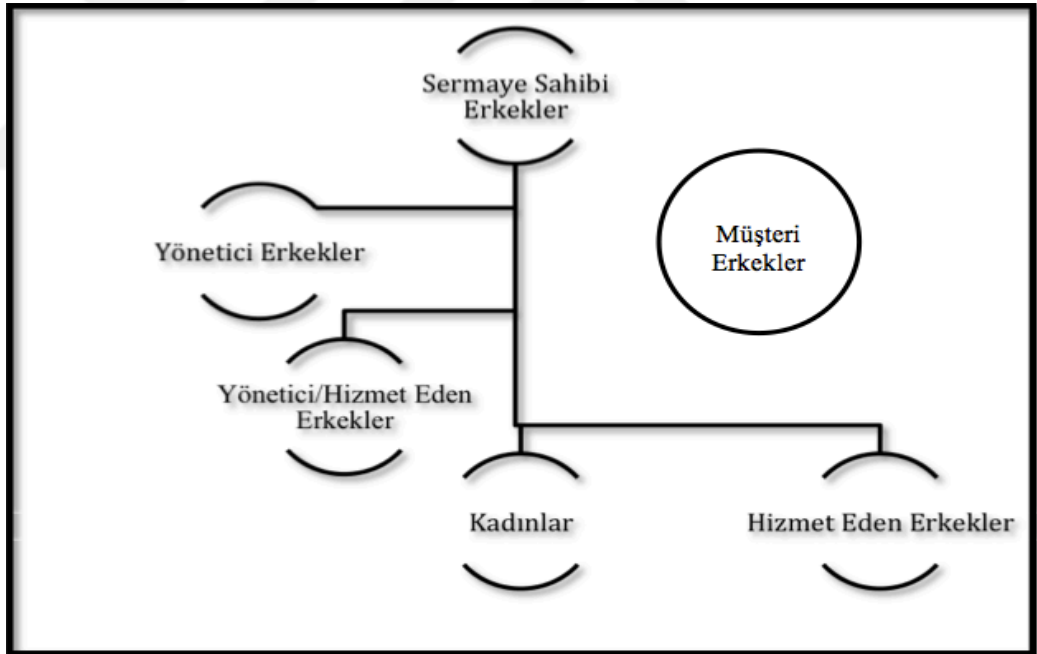
**Tablo.10 Pavyon İçindeki Görev Hiyerarşisi**

Pavyonda çalışanlar ve çalışanların görev dağılımları konusunda belirli bir hiyerarşik düzen vardır. Buna göre sermaye sahipleri olarak patronlar, pavyonlardaki hiyerarşinin en üst kademesinde bulunmakta, müdürler, şef garsonlar, konsomatrisler, garsonlar ve komiler

hijerarşik sıralamaya göre patronlara göre alt kademelerde yer almaktadırlar. Araştırma bulgularından ve katılımcılarla yapılan görüşmelerden de elde edildiği üzere; pavyon bir iş yeri olarak, bir bakıma “askeriye” gibi işlemektedir. Her çalışanın görev tanımları açık ve özdür ve hijerarşik yapılanmada esnek olmayan konumsallıklarda yer almaktadır. Buna göre, erkekler arasında performans dayalı terfi, kadınlar arasında ise katı rekabet kurallarının merkezde olduğu oyunlardaki performanslarına dayalı değerlendirme vardır. Toplumsal cinsiyet temelli düşünülecek olursa, bir iş yeri olan pavyonda kadın ve erkek arasında toplumsal cinsiyete bağlı emek hijerarşisinin sınırları net bir biçimde çizilmektedir. Erkek, komilikten şef garsonluğa yükselerek maaşını arttırırken, kadın hep konsomatris olarak kalmakta ve yöneticiler tarafından kuralları belirlenen rekabet oyunlarında gösterdikleri performanslara göre maddi kazanç sağlamaktadırlar. Çalışan Erkeklerin maaşları sabitken- ve aynı zamanda bahşiş de alarak daha fazla kazanırlarken- kadınlar gecelik yevmiye kazanmaktadırlar. Konsomatrisler görevleri ve verdikleri emek bakımından, aşağıdan yukarıya doğru çıkıldıkça emek sürecinin azaldığı fakat sermayeden pay alma oranının arttığı ters orantılı bir hijerarşi tablosunda, “rütbe” bakımından alt kademelerdedir. Elde ettikleri gelirin düzensizliğinin yanı sıra, mekana kazandırma alt limitleri de vardır. Kazandırma limitini geçemezlerse, bu alt limit bedeli her koşulda yevmiyelerinden kesilmektedir. Dolayısıyla, mekan içi görev hijerarşisi, emek değeriyle simetrik değil, asimetrik bir ilişkidir. Aileden başka tüm toplumsal düzenin telkin ettiği “dişil” olduğu söylenen yatkinlikların ortaya çıkması ve serpilmesi, bu durum değerlendirildiğinde, kendisi de halen güçlü bir biçimde cinsiyete dayalı olarak ayrıştırılmış bulunan iş bölümünün kadınlara sunduğu konumlara, çoğu defa zımni bir şekilde, kazanmış olan “nesnel beklentilerle” karşılaşmadan doğmaktadır; hatta bu süreç içerisinde bu yatkinliklar ödüllendirilir ve temel cinsiyet ikilemini pekiştirirler, hem de yalnızca görevlerde değil (zira bir yandan itaate diğer yandan da güvenlik ihtiyacına çağrıda bulunurlar), görevleri ifa etmesi beklenenlerde de; zira büyülenmiş veya yabancılaşmış halde kendilerini hem bulup hem de yitirdikleri konumla özdeşleşmişlerdir. “Meslek” adı verilen ve aslen toplumsal olan mantık, yatkinliklarda konumlar arasında öyle uyumlu karşılaşmalar yaratır ki, sembolik tahakkümün kurbanları onların itaat, nezaket, uysallık, sadakat ve kendinden feragat erdemlerine hasredilmiş madun ve ast niteliğindeki görevleri seve seve yerine getirirler (Bourdieu, 2014: 77). Buna göre kadınlar, Konsomatrisler bölümünde daha detaylı olarak inceleneceği üzere, hem bir iş yeri olarak değerlendirilen pavyonda “alt kademelerde çalışanlar” ve “meslek” gereği “erkek eğlencesi üretenler” olarak erkek dünyasının içerisinde uzlaşım stratejileri doğrultusunda ödüllendirilmekte, tepkili kaldıkları noktalarda ise bedel ödemektedirler.

Öte yandan, pavyondaki toplumsal cinsiyet ve emek hiyerarşisi alandan elde edilen bulgular ışığında Tablo 3.1'deki gibi şemalaştırılabilir. Tablodan da görülebileceği üzere; bir bakıma askeri hiyerarşiye benzetilen zincirinin başında Gazino Patronları bulunur. Patronların hemen alt kademesinde, salonun tüm yönetiminden sorumlu, bazı konularda finansal konularda da patron tarafından yetki verilen ve her zaman patrona hesap vermekle yükümlü olan Müdürler bulunur. Müdürlerin altında, daimi müşterilerin özel masa servislerini ayarlayan, müşterilerle konsomatrislerin iletişimlerini sağlayan ve konsomatrislerin, garsonların ve komilerin idaresinden sorumlu Şef Garsonlar bulunmaktadır. Personel sayısı, pavyonların popülaritesine, fiziksel kapasitesine ve aktifliğine göre değişmektedir.

“Burası bir askeriye gibi çalışır. Burada bir hiyerarşi var. Herkesin bir rütbesi vardır. Herkes kendi işini yapmalı, yoksa bu zincir kopar.” Necip, 38, Şef Garson (Yağmur Tavernası, Ulus, Çankırı Caddesi)



**Tablo.11 Pavyon İçi Toplumsal Cinsiyet Hiyerarşisi**

Öte yandan pavyon içerisinde böyle bir görev hiyerarşisinin dışında, bir de toplumsal cinsiyet hiyerarşisi bulunmaktadır. Bu hiyerarşi biçimi ise ikili olarak; içsel ve dışsal hiyerarşi olarak işlemektedir. İçsel hiyerarşi biçimi pavyondaki erkekler arasında, dışsal hiyerarşi biçimi ise kadınlar ve erkekler arasında ortaya çıkmaktadır. Buna göre içsel hiyerarşi biçiminde, yukarıda

da belirtildiği gibi, Çalışan Erkekler görev tanımları ve sermayeden pay alma oranlarına göre sıralanmaktadır. Zira Gazino Patronları, Çalışan Erkekler ve Müşteriler arasındaki işsel hegemonya en makul biçimde eril oyunlar ekseninde ele alınabilir. Bu konuyu daha ayrıntılı hale getirmek için Bourdieu'dan alıntılar yapmak yerinde olacaktır.

Bourdieu, cinsiyet düzenini, “rekabetin ciddi oyunlarının” oynandığı bir alan şeklinde tanımlayarak, erkek habitusunun, “sadece erkeklere özgü alanlarda gerçekleşen ve rekabetin ciddi oyunları ile yapılandırılan ve şekillendirilen” alanlar olduğunu vurgular (Bourdieu, 1997b:203, akt. Onur ve Koyuncu, 2004:32). Bourdieu'nun bahsettiği bu “oyunlar”, burjuva toplumunun erkek egemenliğinin ifadesi ve iradesini belirleyen eylem merkezlerinin- dini kurumlar, askeri organlar, ekonomi, siyaset, bilim ve kamusal alan gibi- dışındaki cinsiyet düzeni içerisinde oynanmaktadır. Burjuva toplumunun cinsiyet düzeni üzerine yapılan sosyal ve tarihsel araştırmalarda ortaya çıkan bulgulara göre, 19. yüzyılın en parlak döneminde erkekler arasında sürekli yaşanan bu ciddi oyunlar, erkek habitusunun gelişmesinde yapısal bir öneme sahiptir. Zira, erkekliğin ispatlanabileceği kurum olan düello ve bu kurum aracılığıyla savunulmak zorunda olunan “erkeklik onuru”, ancak erkek habitusunun canla başla savunulduğu rekabet oyunları içerisinde gelişebilir. Fakat düello ile ispatlanacağı düşünülen erkekliğin, sınıfsal kökenden bağımsız olarak her erkeğin kayıtsız şartsız dahil olabileceği bir kuruma tekabül etmediği de belirtilmelidir. Dolayısıyla Bourdieu'nun da kabile toplumuna bakışla ifade ettiği gibi “gerçek onur, onur için mücadelede bir rakip olarak kabul edilen bir başka erkek tarafından belirlenebilir” (Bourdieu, 1997a: 204). Onur kavramı, erkeklik oluşumunun temel ilkesini oluşturduğundan, burjuva toplumunda rakibi, sınıf aidiyeti belirlemektedir. Onurun korunmasının ve savunulmasının sınıfsal temelde sınırlandırılması, söz konusu sınıf içerisinde yer alan erkeğin bir egemenlik ilişkisi oluşturmasına yol açabilir. Bu egemenliğin, hem kadınlar hem de söz konusu sınıfın dışındaki erkekler üzerinde dışlayıcılık ve ayrımcılık ilişkisini içeren ikili bir dışlamaya sebep olduğu iddia edilebilir. Bourdieu'nun “libido dominandi” kavramıyla açıkladığı bu durumda, erkek “öncelikle diğer erkekler üzerinde iktidar kurma isteğinde iken, tali olarak kadın üzerinde egemenlik kurmanın sembolik mücadelesi içerisinde” (Bourdieu, 1997a: 215). Bu oyun alanlarında, kadınlara marjinal ama erkekliğin yapılandırılmasında belirli roller verildiği ifade edilmelidir: “Hem yasal açıdan hem de gerçeklik itibarıyla bu alanlardan dışlanan kadınlar, izleyici rolüne, ya da Woolf'un da belirttiği gibi, erkeğe uymak zorunda kalarak... erkeği olduğundan büyük yansıtıcı ayna işlevine indirgenmiştir” (Bourdieu, 1997: 203, akt. Onur ve Koyuncu, 2004: 33). Her ne kadar erkeklikler, erkeklerin kendi aralarında geliştirdikleri “ciddi oyunlarla” yapılandırılırsa da,



erkeğin cinsiyet düzeninde aldığı rol, kadının rolünden bağımsız ele alınamaz. Çünkü Bourdieu'nun da dediği gibi “kadının ezilmişliğinde yeri doldurulamaz bir takdir biçimi” (Bourdieu, 1997:204) mevcuttur. Erkeğin kadının sunduğu takdir sayesinde gerçekten erkek haline büründüğünü vurgulayan Bourdieu, erkek olma sürecinin, kadının erkeğe sürekli baş eğmesinden ve takdirinden kopuk gelişmediğini ifade eder. Takdir mekanizmasının kadınlar tarafından radikal ve tutarlı bir biçimde ortadan kaldırılması sonucunda ve “erkek egemenliğinin artık doğal kabul olarak algılanmadığı” (Bourdieu, 1997: 226) koşullarda, erkekliğin nasıl yapılandırıldığı sorusu da gündeme gelmektedir (akt. Onur ve Koyuncu, 2004: 35). Buna göre hegemonik erkekliğin inşa ettiği dışsal hiyerarşi biçiminde kadınların sermayeden pay alma oranları garsonlar ve komilere kıyasla daha yüksek oranda olsa da, toplumsal cinsiyetleri ve mekan içi görevleri bakımından alt kademelerde yer almaktadırlar ve erkekler arası bir çeşit düellonun yapıldığı pavyondaki en önemli aktörlerdir.

Günümüz erkek egemen toplumsallığını sorgulayan bazı düşünürlerin öne sürdükleri önemli bir çözümleme çerçevesi toplumsal cinsiyetin bir tür iktidar ilişkileri örüntüsü içerisindeki habitus olduğudur. Bu düşüncenin öncülerinden Bourdieu'nun anladığı anlamda toplumsal cinsiyet, hem Foucault'nun tanımladığı tarzda, kendi arzularını ve isteklerini gerçekleştirme peşinde koşarken kendini toplumsal iktidar ilişkileri uzantısı olarak inşa eden cinsiyetlenmiş beden anlayışından, hem de Butler'ın eylem ve fiil olarak bedenin performansı biçiminde gerçekleşen toplumsal cinsiyet yaklaşımından beslenmiş bir tür sentezdir (Sancar, 2009: 189). Bourdieu'ya göre habituslar kendilerini üreten ve yeniden üreten yapılardan ayrılamazlar ve burada kadınlar sadece nesnelere olarak daha somut olarak erkeklerin elinde tuttuğu sembolik sermayenin gelişimine ve artmasına yol açan araçlar olarak konumlandırılırlar. Kadınlar bu ilişkiler içinde anlamı tamamen kendi kontrolü dışında belirlenen sembollerin üretimi dolayısıyla dahil edilirler; erilliğin üstünlüğü ve önceliğinin garantisi sembolik değişim ekonomisinin mantığında gizlidir. Buna göre kadınların konumlanması erkeklerin çıkarlarına uygun biçimde gerçekleşir ve erkeklerin sembolik sermayesini artırır (2009: 192). Bourdieu toplumsal cinsiyeti bir habitus olarak kavrama konusunda iktidarın “sembolik” boyutlarını çözümlemeye çalışırken eril tahakkümün işleyişi üzerinde durmuş ve eril tahakkümün işleyişi hakkında önemli açıklamalar yapmıştır. Buna göre habitus; bireylerin toplumsal alanda konumlanışlarını ifade eden ve bu konumlanışların toplumsal pratiği doğurduğunu söyleyen bir kavramdır. Bu kavram farklı toplumsal alanlarda yaşayan bireylerin sahip oldukları maddi ve sembolik sermayeyi arttırma stratejisi ile davranırken yaptıkları şeylerin nasıl bireylerin kişisel deneyimleri haline dönüştüğünü ve yapılanmış çıkarlarla, tahakküm ilişkileri ile bağlantılı haline geldiğini anlatır.

Toplumsal cinsiyet, aile ve özel yaşam gibi tek bir toplumsal alana ait değildir; farklı toplumsal alanların hepsinde farklı habituslar olarak var olan bir habitustur. Özellikle okul, devlet ve kilise gibi kamusal alanlardaki toplumsal cinsiyet habitusu, aile ve ev içi alanlardakinden daha kurulu niteliktedir ve toplumsal dünya, farklılaşmış ama üst üste çakışan eylem alanlarından, dolayısıyla her alana özgü habituslardan oluşur. Bir anda birden fazla habitus mümkündür ve her toplumsal alana özgü sermaye türleri vardır (ekonomik, sosyal, kültürel, sembolik vb.) ve her bir alanın kendine özgü toplumsal ilişki kuralları ve sermaye edinim stratejileri söz konusudur. Habitus ve sembolik sermaye kavramlarını kullanarak yapılan analizler, toplumsal cinsiyeti farklı toplumsal alanlarda bireylerin bir tür sermaye olarak kullanacakları bir şeye dönüştürür (McCall, 1992; Sancar, 2009). Öte yandan habitus olarak toplumsal cinsiyet toplumsal alanların metaforik analizini yaparak insanların içine gömülü olduğu farklı toplumsal alanlar sayesinde değişik sermaye biçimlerini sahiplendiklerini ve bu nedenle farklı değerler ve yönelimler sahibi olduklarını açıklamayı da olanaklı kılar (Skeggs, 2004; 2009:194). Ayrıca habitus olarak toplumsal cinsiyet bize sınıfsal özellikler ile cinsel özelliklerin birbirinden ayıramayacağını da gösterir. Mesleki alanlara denk gelen farklı sermaye biçimleri cinsiyetlendirilmiş anlamlarını gizlerler; çünkü cinsiyetlenmiş habituslar tarafından cinsiyetsizmiş gibi anlamlandırılırlar. Toplumsal cinsiyet bir tür “sermayedir”; çünkü görünmez ve evrensel bir halde bir tür kültürel sermaye olarak, aynı zamanda habitus olarak asimetrik sermaye ilişkileri olarak işler (McCall, 1992; Sancar, 2009: 194). Cinsiyet tek bir alanda işleyen bir habitus değil, farklı kültürel alanlarda farkında olunmadan pratik edilen bir habitus, erkeklik ve kadınlık olarak ayrışan farklı toplumsal sermayeler olarak ele alınabilir. Öte yandan habitus olarak toplumsal cinsiyet açıklaması geç modernlik döneminde ortaya çıkan farklı egemen erkeklik temsillerini odağına alır ve ekonomik olanla kültürel olanın analizini olanaklı kılar. Toplumsal olanla cinsel olanın iç içe geçmişliğini ve bedenselleşmesini (Adkins, 2004; Sancar, 2009) görmeyi olanaklı kılar. Cinsel farklar, cinsellik ve cinselleştirilmiş beden, farklı toplumsal alanlarda, farkında olunmadan pratik edilen bir habitus, erkeklik ve kadınlık olarak ayrışan farklı toplumsal sermayeler olarak ele alınabilir (Sancar, 2009: 194-195). Dolayısıyla bu bölümde, pavyondaki hegemonik erkekliklerin kurulumu ve temsilini değerlendirirken Bourdieu’nun habitus ve sermaye kavramlarından yararlanılmış ve her bir hegemonik erkeklik temsili birbiriyle olan etkileşimiyle birlikte ele alınmıştır. Pavyonlardaki eril tahakküme ve erkek habitusunun oluşturulma sürecinde azımsanmayacak derecede önemi olan çalışan kadınlar yani Konsomatrisler, Erkekler bölümünden ayrı bir başlık altında incelenmiştir. Bunun nedeni ise araştırmanın hegemonik erkeklığe konsomatris olarak çalışan bir kadının deneyimleri üzerinden de bakmayı amaçlamasıdır. Zira kadınların hegemonik erkeklığe olan tavır alışları, tepkileri ve uzlaşmaları, pavyon kültüründeki hegemonik erkekliklere çok daha mikro seviyede

bakabilmemiz açısından önem taşımaktadır. Buna göre “Erkekler: Gazino Patronları, Çalışan Erkekler ve Müşteri Erkekler” ve “Çalışan Kadınlar: Konsomatrisler” başlıkları altında araştırma bulgularının detaylı değerlendirilmesi yapılarak, pavyonlardaki hegemonik erkeklikler ve kadınlıklar da birbirleriyle etkileşimleri ışığında ayrıntılı bir biçimde incelenecektir.

### **3.1. ERKEKLER: GAZİNO PATRONLARI, ÇALIŞAN ERKEKLER, MÜŞTERİ ERKEKLER**

#### **3.1.1. Gazino Patronları**

Pavyonlardaki emek ve toplumsal cinsiyet hiyerarşisi zincirinin en üstünde olan kimseler olarak sermaye sahibi erkeklerin “Gazino Patronları” olarak adlandırılmasının sebebi, görüşme yapılan kimselerin mesleklerini bizzat “Gazino Patronu” olarak tanımlamalarıdır. Bu noktada öznelerin anlatılarındaki tanımlamaya baki kalınarak, mekan sahipleri bu isim altında tanımlanmıştır. Gazino Patronu’nun mekan içerisindeki rolünün sembolik sermayesinin temsiline olan katkısı zımni değildir ve bu temsile abartılı bir gösteriş de dahildir.

Connell’a göre iktidar ilişkileri, üretim ilişkileri, kateksis/duyusal ilişkiler, sembolizm gibi çeşitli içsel yapıların yanı sıra, toplumsal cinsiyet düzeni dışındaki ekonomik, siyasi ve kültürel değişimler de bir toplumsal cinsiyet düzenini krize sokabilecek eğilimler taşımaktadırlar. Buna göre ekonomideki liberal dönüşüm, bu dış etkenlerin başında gelmektedir. Yönetici ve sermayedarların istenilen özelliği olan girişimcilik, saldırgan rekabet, acımasızlık, kar-zarar ortaklığı vb. olgular, toplumsal cinsiyet ideolojisi içerisinde “eril” olarak kodlanmaktadır (Connell, 2005:255). Yeni iş adamları için eski burjuva erkekliğinin dini bağlılık, katı dürüstlük, ailesel/cinsel sadakat gibi özellikleri demode görünmektedir ve yeni bir yönetici grubunun doğuşu da, yeni iş adamı erkekliği kalıplarıyla ve bunun sonucu olarak da toplumsal cinsiyet ilişkilerinde yeni hegemonya örüntüleriyle ilgilidir. Bu tip bir girişimcilik ise giderek yerel toplumsal cinsiyet düzeninden kopmakta, aileyi ya da erkeklerin eş/baba konumlarını eskisi kadar önemsememektedir (2005: 256). Bu açıklamalara göre gazino patronları iş adamları ve sermaye sahipleri olarak pavyon sektöründe yönetici hegemonik erkekliği hangi süreçlerde ve nasıl inşa etmektedirler? Bu inşa süreçleri içerisinde gazino patronunun hegemonik erkekliği mekan içerisinde nasıl temsil edilmektedir?

Gazino patronları sermaye sahipleridirler. Hegemonyalarını inşa etmelerindeki başat araçlardan birisi; sahip oldukları ekonomik sermayeleridir. İş verenler olarak çalışanlar üzerinde doğrudan tahakküme, müşteriler üzerinde de dolaylı yoldan tahakküme sahiptirler. Müşterilere yönelik kendi iktidar alanındaki tahakkümleri ise dolaylı olarak özellikle çalışanlar aracılığıyla kurulmaktadır. Müşteriler üzerindeki iktidarlarının en önemli göstergelerinden birisi, müşterilerin rızasına dayanarak onları bir rekabete sokmalarıdır. Bu rekabetin kurallarını da, içeriğini de gazino patronları belirlemektedir. Mekan içi ritüel ya da diğer bir deyişle “raconları” üretmeye muktedir olan kişilerdir. Bir bakıma mekan içi pratiklerin işleyişi ve bu pratikleri eyleyenler (müdürler, şef garsonlar, konsomatrisler, garsonlar, komiler ve müşteriler) üzerinde karar veren mercilerdir. Gazino patronları şiddet kullanma tekeline sahiptirler. Ankara'nın gece hayatında işlettikleri mekanları, onları “mutlak egemenliklerini” kurdukları kaleleridir. Kapitalist sermaye sahipleri olarak, mekan içi rekabetin de kural koyucuları ve çalışanları ve müşteri “gözetleyen ve denetleyen büyük ağabeylerdir”. Bu açıdan düşünüldüğünde Gazino Patronları'nın hem sermaye sahipleri olarak buldukları sektörde, hem de işlettikleri mekanlarda iktidar alanları vardır. “Kontrol etme” ve “sorumluluk alma” edimlerini gerçekleştirenlerdir. Bu zorlu edimleri gerçekleştiren kişiler olarak, mekan içi hegemonik erkekliği inşa etmektedirler. Öte yandan, mekan içi yönetime ve mekanın içerisinde bir iş yeri olarak yer aldığı ekonomik alana da yön verme istisnasına sahip erkekler Gazino Patronlarıdır. Schmitt'e göre istisna bir hukuk aracılığıyla kurulur ve istisnanın ne olduğu ve ne zaman istisna haline geçileceğine karar veren kişiye de “egemen” denilir. Egemenlik; en üst ve asli hükmedici güç, egemen ise hem son derece acil bir durumun olup olmadığına hem de bu durumun bertaraf edilmesi için ne yapılması gerektiğine karar verendir (Schmitt, 2014: 25). Bu bilgiler ışığında denilebilir ki, Gazino Patronları mekan içerisindeki egemenlerdir ve bu istisnaya ekonomik sermayeleri aracılığıyla ulaşırlar. İş veren konumlarıyla ve mekan içi şiddet kullanma tekeline sahip olan Gazino Patronları; egemenliklerini mekanda çalışan erkeklere şiddet kullanma yetkisi vererek pekiştirirler. Yetki vermek ve egemenlik inşa etme, üstün bir erkeklik imajı vermektedir patronlara. Burada bir metafor olarak, patron egemen devlettir; çalışan erkekler ise o egemen devletin polisleridir. Patron; günümüzde tıpkı egemen ulus- devletlerin yaptıkları gibi, yeni teknolojik araçlar sayesinde egemenlik alanlarının sınırları içerisinde olan biten her şeyi gözetlemektedir ve herhangi bir kurala uymazlık ve huzur kaçırıcı bir olay görürlerse çalışan erkekler aracılığıyla(polisleri tarafından) anında müdahalede bulunurlar. Gazino patronu; mekandaki “elektronik gizli göz”dür.

### 3.1.1.1 Mekandaki Gizli Göz ve Orwell'in "Büyük Ağabey" Kehaneti

Gazino Patronu'nun mekan içerisinde adına "Müdüriyet" denilen ofisindeki masasının üzerinde, mekandaki gizli kameraların 7/24 kaydını tutan ve mekan içerisinden naklen yayın yapan dev bir bilgisayar ekranı bulunmaktadır. Gazino Patronu, mekanı bu gizli kameralar aracılığıyla masasının üzerinde bulunan dev ekrandan sürekli gözetlemektedir. Bunun amacı mekan içerisinde yaşanabilecek herhangi bir olaya anında müdahale etmek ve özellikle fazla hesaba itiraz eden müşterilere verdikleri siparişlerin gerçekliğini kanıtlamaktır. Öte yandan bu kamera kayıtları mekan içerisinde yaşanan şiddet olaylarında patronun, çoğu zaman davacı taraf olarak mahkemeye sunduğu delildir.

"Önümde bir ekran var. Bu ekran bana mekanda olan biten her şeyi 7/24 gösterir. Mekanın her yerinde kamera vardır. Bu olmak zorunda. Denetlemeli ve gözetlemelisin içerideki her şeyi..." Volkan, 33, Gazino Patronu (Miami Night Club, Maltepe)

Bu "gözetleme" her ne kadar bu tarz eğlence mekanları için standart ve önlem alınmak için yapılıyor olsa da, bu anlatının içerisinde örtük bir bedel ödetmenin de izlerini gözlemlemek mümkündür; pavyon eğlencesi bedeli maddi açıdan yüksek olan bir mekan-pratiktir. İktidarın denetimi ise her alanda ve her durumda, yapılan hiçbir şeyin karşılıksız kalmadığını sonsuz kere yeniden üreten bir edimdir. Orwell'in "Büyük Ağabey (Big Brother)" kehaneti bir nevi pavyonlarda egemen (patron) tarafından sürekli gözetlenme ve denetlenme ile gerçekleşmektedir. Yine bu gözetleme ve denetleme pratiği aynı zamanda, müşteri erkeğin eğlence pratiğindeki "mahrem" olarak gördüğü anları, korumakla yükümlü oldukları kadınları, müşteri erkeklerin kadınlara yönelik davranışlarını, mekan içi rekabet oyunlarını ve çalışanların performanslarını da gözetlemektir. Bu noktada patronun hegemonyası "gerekli" olan bir uygulama meşruluğu altında herkes tarafından kabul edilmektedir.

### 3.1.1.2. Ataerkil Rollerin Mekânsal Temsilleri ve Ailenin Koruyucuları Olarak Ağabeylik ve Babalık/Reislik Söylemleri

Yine Orwell'ci bir bakış açısıyla değerlendirilirse, büyük ağabey sadece mekandaki elektronik göz ve mutlakiyetçi bir denetimin baş aktörü değil, aynı zamanda-kendi tabirleriyle- "bir aile şirketi" olan mekanda çalışan herkesin "büyük ağabeyidir".

“30 yıldır gazino patronluğu yapıyorum. Ben bu mekanın babasıyım, ortağım da büyük ağabeyi. Böyle olmak zorundayız. Burada çalışan herkes bir aile gibidir...” Şeref, 53, Gazino Patronu (Miami Night Club, Maltepe)

Toplumsal olarak cinsiyetlere göre belirlenmiş olan libido, onun dışavurumunu sansürleyen yahut meşrulaştırılan kurum ile iletişime girmektedir. “Meslekler” daima, görevin vaat ettikleri ile müsaade ettiklerinin az ya da çok fantazmatik öngörüleridir ve görevle karşılaşma, barındırdığı açık ya da gizli beklentiler aracılığıyla teknik, toplumsal ve cinsel (ya da cinsel anlamla yüklü) bazı tutumları onayladığı veya teşvik ettiği müddetçe bir ifşa etkisi de gösterirler. Bundan dolayı iş dünyası küçük izole profesyonel ortamlardan oluşur; bunlar neredeyse bir aile gibi işlev görür ve hemen her zaman erkek olan müdür ya da yönetici babacıl bir otorite uygular. Bu, şefkatli bir sarmalama ile baştan çıkarma üzerine kurulu bir otoritedir; bir yandan işlerin yükü, diğer yandan iş yerinde olan her şeyle ilgilenme zorunluluğuyla yönetici genellikle kadınlardan oluşan alt düzey çalışanlara genel bir koruma sunar ve onları kurumla ve kurumla özdeşleşmiş kişiyle yoğun, hatta kimi zaman patolojik bir (duygusal) yatırıma teşvik ederler (Bourdieu, 2014:78). Ayrıca her ne kadar başkent geniş eğlence hayatında işlev gösterebilir de, pavyonlar, mekan içi yönetim pratikleri açısından izole bir alanda kapalı yönetim stratejilerine sahip yerlerdir. Bu kapalılık ise bir bakıma, ailenin mahremiyeti gibi işler; aile mahremiyetinin korunması ve aile içi otoritenin dağılımı gibi performanslarla sağlanır. Dolayısıyla Gazino Patronu’nun ağabeylik vasfı, ataerkil aile içerisinde babanın kurallarını ve otoritesini sürdüren, ailede babadan sonra gelen bir otorite olarak, aileyi denetleme, koruma ve disiplin etme görevlerini devralan bir vasıftır.

“Ağabey patron” pavyonda çalışan herkesin; çalışan erkeklerin ve özellikle kadınların sorumluluklarını almakta, onları tehlikelere karşı koruyup kollamakta, gözetlemekte, denetlemekte ve disipline etmektedir. “Baba Patron” ağabey patrona göre, çalışanlarla ve müşterilerle yüzeysel ilişkidir, hatta kimi zaman ilişki bile kurmamaktadır. O, otoritesini ağabey patronla paylaşmaktadır ve çoğu zaman yetkisini ona devretmektedir. Ağabey patronun elektronik gözü aracılığıyla izlediği egemen alanını, bizzat onun aracılığıyla gözetlemektedir. Her ne kadar aile olarak tanımladığı bir grupta gündelik hayat pratiklerini birlikte geçirse de, aile şirketinin “babası” olarak uzaktan izlemekte ve müdahalesini ağabey patron aracılığıyla yapmaktadır. Öte yandan, personelin ve tüm mekanın denetlenmesinden sorumlu olan ağabey patron, tüm gece boyunca çalışanlarıyla birlikte aynı mekanın içerisinde. Kimi zamanlar yaklaşık 12 saati bulan yoğun çalışma temposu, patron ve çalışanlar arasında tıpkı bir aile

yaşamının içerisindeki gibi ortak gündelik hayat pratikleriyle kurulan samimi bir iletişim çeşidi yaratmaktadır. Bu bakımdan iş yeri olarak pavyon, patronu için “ikinci bir ev, aile” gibi tahayyül edilmektedir. Dolayısıyla, Connell’ın neoliberal değişimle birlikte ortaya çıkan yeni hegemonik erkekliklerin, aileye karşı farklı tavrı almaya başlamaları tezine örnek olarak, yeni iş adamı profili pavyon hayatında değerlendirildiğinde, şunu söylemek mümkündür; artık aile şirketleri olarak pavyonlar, patronların “yeni evleri”, pavyonda çalışan personel ise “yeni aileleri” haline gelmiş bulunmaktadır.

“Baba-ağabey” rollerinden farklı olarak, pavyonlarda bir de patronlar ve personel arasında kurulan “dayılık-reislik” iletişimi vardır. Baba-ağabey patron arasındaki gibi dönüşümsel bir otorite devir teslimi dayı-reis patron arasında da vardır. Buna göre reis, çalışanlarına karşı oldukça disiplinli, denetimci ve kuralcı iken, dayı çok daha “babacan” bir tavrı sergilemektedir.

“Eski dükkanda babama her çalışan “dayı” derdi. Bana da reis derlerdi. Ben daha kuralcıyım çünkü... Ama babam çok ağırbaşlı bir insandı. İçeri girdiğinde çalışanlar tek sıra olurdu...” Necip, 38, Şef Garson (Yağmur Tavernası, Ulus, Çankırı Caddesi)

Reis, çalışanlarla en çok iletişim halinde olan kişidir. Baba-ağabey patrone farklı olarak bu ilişki biçiminde dayı daha arka plandadır ve hatta çoğu zaman ofisinden hiç çıkmadan büyük ağabey patronun yaptığı gibi dev ekrandan salonu gözetler ve reis patrona talimatlar verir. Reis patron da bundan dolayı çalışanlarla her an, çoğu zaman da müşterilerle daha çok içli dışlıdır. Fakat pavyon bir iş yeri olduğu için baba ya da dayı patron her ne kadar reis ve ağabey patrona göre daha arka planda ve babacan olsa da, çalışanlarının tümünden otoritelerini benimsemelerini ve mekan içi kurallara sıkı sıkıya uymalarını isterler. Örneğin aile şirketi gibi işleyen bazı mekanlarda çalışanlar arası duygusal ilişki kesinlikle yasaktır. Böyle bir olay ortaya çıktığı anda baba ya da dayı patron- çoğu zaman da ağabey ya da reis patron- olayın failerini cezalandırır. Çalışan erkek, tüm çalışanların gözü önünde “ibreti alem” olarak patrone dayak yer, kadın ise işten bir daha geri alınmamak üzere atılır. Kurallar ihlal edildiğinde uygulanan, önemli derecede caydırıcı özelliğe sahip bu tarz cezalar ve kurallara itaatle uyulması gerekliliğine dayalı bu yönetim patronun tekelindedir ve hegemonik erkekliğin doğrudan şiddet yoluyla temsilinin birebir göstergesidir.

“Bu dükkanın bir kuralı vardır; çalışanlar arasında duygusal ilişki kesinlikle yasaktır. Benim böyle bir şeyden haberim oldu; bir garsonla bir konsun arasında duygusal ilişki varmış. Bir gün iş bitiminde hepsini tek sıraya dizdim. O garsonu diğer hepsinin gözü önünde tekme tokat dövdüm. Sonra kadını da, onu da işten attım. İbreti alem oldu hepsine, bir daha da böyle bir şey yaşanmadı. Burası bir aile şirketi ve iş yeri. Kurallar ihlal edilemez...” Volkan, 33, Gazino Patronu (Miami Gazinosu, Maltepe)

Sonuç olarak, Neoliberalizm’in kutsadığı yeni savaşı patronlar bu anlatıda olduğu gibi, aynı zamanda bedensel bir cesaret sınavına da tabi tutulurlar ve onlar da kurallarını ihlal edenleri ve kimi zaman ihtiyaç fazlası çalışanlarını kapının önüne koyarak egemenliklerini ve erkekliklerini ispat ederler. Dolayısıyla bu noktada erkeklik ziyadesiyle ilişkisel bir kavramdır (Bourdieu, 2014) ve erkeklik diğer erkeklerin önünde ve onlar için, kadınlığa karşıt olarak içselleştirilen duygularından arınmış bir kuralcılığı ve mutlak disiplini elinde tutmak için kendince gerekli gördüğü şeyleri yapmaktadır. Öte yandan, bu mutlak disipline uyma ve patronun hegemonyasına rıza gösterme, çalışanlar nezdinde patronun adil yönetici vasfına ve hakkaniyet ilkesine olan bağlılığına göre değişmektedir. Yani patron ne kadar hakkani olursa, çalışan o kadar kurallarına uyar, disipline girer ve onun otoritesini tanır.

### 3.1.1.3. Adil Yönetici Olmak ve Hakkaniyet İlkesi

Gazino patronlarını tıpkı egemen bir hükümdar gibi metaforik bir biçimde değerlendirmiştik. Bu metafor üzerinden devam edilirse, patronun adil bir yönetici ve hakkaniyet ilkesine olan bağlılığı, onun çalışanlar tarafından saygı görmesine ve cezalandırma biçimlerinin meşru olarak içselleştirilmesinde etkindir. Bu konunun daha açıklayıcı olabilmesi adına Machiavelli’nin Hükümdar’ına değinmekte de fayda vardır zira, patron pavyon içerisinde egemen bir hükümdardır aynı zamanda. Öncelikle Machiavelli’ye göre;

“...hükümdar zalim değil, merhametli olmalıdır... ama merhametini asla kötüye kullanmamalıdır...tehlikelerin varlığına kolayca inanmalı ve eyleme de geçmemeli, ayrıca düş ürünü tehlikeler yaratıp gölgesinden de korkmamalıdır. İnsancı davranışıyla sakınganlığını dengeleyip kimi zaman acımasız, kimi zaman merhametli olmalı; ancak kendine çok güvenip umursamaz, aşırı güvensiz görünüp de çekilmez biri olamamalıdır... hükümdar hem korkulacak hem de sevicecek biri olmalıdır; ama ikisini bir arada tutmak zor olduğu için, ikisinden birisi olmadığında sevicecek biri olmaktansa korkulacak biri olmak yeğdir...insanlar, korkulan bir hükümdardan çok sevilen bir hükümdara daha kolay zarar verirler çünkü; sevgi bir zorunluluk bağıdır ve insanlar doğaları gereği çıkarları söz konusu olduğunda o bağı insanın aklından hiç çıkaramadığı ceza ve cezalandırma kaygısıyla örülmüştür...” (Machiavelli, *Hükümdar: Zalimlik ve*



Merhamet Üstüne, XVII)

Adeta bir hükümdar gibi yöneten mercide bulunan gazino patronu sevilen bir ağabeyden çok, aynı zamanda korkulan da bir ağabey olmalıdır ki, mekan çalışanları tarafından otoriteleri tanımabilsin. Çalışanlar tarafından patrona duyulan korku ya da daha ılımlı bir sözcükle; “çekinme”, patronun “hakkani” olmasıyla doğru orantılıdır;

“...hükümdar korku salmayı öyle ölçüler içinde yapmalıdır ki, sevgi kazanamıyorsa da nefret kazanmamalı;...uyruğunun, yurttaşlarının malına, mülküne göz dikmezse, nefret kazanmadan korku salabilir. Birinin kanına, canına kast ettiğinde yeterli gerekçesi ve açık seçik bir nedeni olmalıdır ve özellikle başkasının malına, mülküne göz dikmemelidir...” (Machiavelli, *Hükümdar: Zalimlik ve Merhamet Üstüne*, XVII)

Buna göre pavyonların hükümdarları olan patronlar; hak yemeyen ve adil yöneticiler olarak çalışanlar üzerinde tahakküm kurabilir ve “sevilen”den çok, “korkulan ağabeyler” olarak hegemonyalarını sağlama alabilirler. Dolayısıyla pavyon kültüründe bir hükümdar olan güçlü bir patron için ayakta kalabilmenin altın kurallarından birisi, hakkaniyet ilkesine sahip olmak, çalışan hiç kimsenin hakkını yememek ve emeğinin karşılığını vermektir. Böylelikle çalışanlarla arasındaki mülki mübadele herkes için adaletin teminat altına alındığı bir ortamda gerçekleşir;

“Bu alemin bir kuralı da budur; hakkını yemeyeceksin kimsenin. Bizim patronlarımız, hakkımızı verirler, biz de karşılığında görevlerimizi yerine getiririz. Ama baban da değildir o senin, şefkatli değildir, patrondur sonuçta...” Necip, 38, Şef Garson, (Yağmur Tavernası, Ulus, Çankırı Caddesi)

Adil bir yönetici olan patron bu şekilde, gece hayatının karanlık dünyasında da arkasını sağlama alabilir ve çalışanları tarafından dışsal tehditlere karşı da korunabilir. Öte yandan, merhametli olmak ve şefkat göstermek gibi davranışlar patronlar için altın kurallar değildir. Korkulan, çekinilen fakat hak yemeyen güçlü ağabeyler, babalar, dayılar ya da reisler olarak gece hayatının hükümdarları olan gazino patronları özellikle çalışan erkeklerle kesişen iktidar alanlarında bu şekilde bir uzlaşma içerisine girmektedirler. Adaletin sınırlarının içerisinde olduğu müddetçe çalışanlarla karşılıklı ilişkileri ve hegemonyaları böylelikle sağlama alınmış olur ve kriz eğilimleri ve karşılıklı çatışmalar olabildiğince bertaraf edilir. Adil yönetici vasfı, bu

durumda, patronların hegemonik erkeklik temsillerindeki gerekli unsurlardan birisidir.

#### 3.1.1.4. Kapitalist Rekabetin Kural Koyucuları olarak Gazino Patronları

Çalışanlarına karşı adil olan gazino patronu, kapitalist sermayenin dolaşımında olduğu gece hayatında oyunu kurallarına göre oynamalıdır ki, ona muktedir pozisyonunu bahşeden ekonomik sermayesini sağlama alabilsin. Bu noktada çalışanlarına karşı adil davranan ağabeyler olarak gazino patronları aynı zamanda, bitmek bilmeyen bir meta mübadelesinin ve kapitalist sermayenin dolaşımında olduğu gece hayatının kapitalist iş adamlarıdır. Wallerstein'a göre kapitalizmi kapitalizm yapan olgular sermaye ve kârdir. Ona göre kapitalizmin temel yasası sınırsız sermaye birikimidir. Bu yasa, kapitalistlerin “bir ayak değirmeninde daha da hızlı koşmak için daha hızlı” (Wallerstein, 2006: 36) koştığı yani daha fazla sermaye için daha fazla sermaye üretmek üzere tüm ekonomik etkinlikleri biçimlendirdikleri bir sistemi yani kapitalizmi oluşturur. Sermayenin sınırsız birikimi ise sermayesini dolaşıma sokan kapitalistin kâr oranı ile ilişkilidir. Sermayenin sınırsız birikimi için kapitalistin her seferinde kendi geçimi için ihtiyaç duyduğundan daha fazla kâr elde etmesi gereklidir ki, bu farkı yeniden daha fazla sermaye üretmek üzere yatırabilsin. Bu nedenle kâr maksimizasyonu kapitalist sermaye birikimi için temel bir zorunluluk haline gelmektedir. Bu zorunluluğun ise üç temel sonucu vardır: Bunlardan ilki daha fazla sermaye birikimi sağlamak için daha önce mübadeleye konu edilmemiş ihtiyaçların mübadeleye konu edilmesidir ki, Wallerstein bunu metalaştırma olarak adlandırır. Herhangi bir ihtiyacın metalaştırılması demek onun alt süreçlerinin de metalaştırılması ve her bir süreçten kâr edilmesi anlamına gelir (Wallerstein, 2006). Gazino patronları bu noktada kapitalist sermaye sahipleri olarak, yönettikleri mekanların tüketicilerinin eğlence ihtiyaçlarını, yine onlar için çeşitli araçlarla metalaştırarak, müşteri erkekleri de, kurallarını kendi belirledikleri oyunun içerisinde de yönetmektedirler. Burada amaç kuşkusuz ki kar maksimizasyonudur ve bu da, patronların müşteri erkekler üzerindeki dolaylı tahakkümünün bir örneğidir. Bu dolaylı tahakküm, gözetlediği müşteriye çalışan erkekler ve konsomatrisler aracılığıyla uygulanır. Zira mekanın “raconunu” belirlemeye muktedir olan patronlar, çeşitli ritüeller vasıtasıyla müşteri erkekleri de kontrol etmektedir. Öte yandan eril rekabetin merkezde olduğu bu dolaylı tahakküm pratiği, kadınların başat özne oldukları örtük oyunlar vasıtasıyla gerçekleştirilir. Örneğin; mekanın müdavimi olan ve mekanda çalışan bir konsomatrisle duygusal bir ilişki kurmuş bir erkek müşteri, olur da ilişkide bulunduğu kadınla bir anlaşmazlık yaşarsa, ona nispet yapmak için başka bir kadına konsomasyon yapar. Bu andan itibaren, mekan içerisinde bir rekabet zinciri oluşur; kadınlar kadınlarla, çalışan erkekler astlarıyla ve müşteri

erkekler de diğer erkeklerle ve yine kadınlarla örtük bir mücadeleye girerler. Gazino patronları da kadınlar ve şef garsonlar aracılığıyla müşteri erkeğin diğerlerine daha çok nispet yapmasını sağlarlar. Müşteri erkek bir şişeden fazla alkollü içecek sipariş eder, tanesi 10 TL olan konfetilerden 1 koli patlatır, konsomatrise bardağı 50 TL olan bolden ard arda ısmarlar, 15 dakikalık bedeli 100 TL olan sahne oyununda, en az 2 kadınla birden dans eder. Bunu gören başka bir müşteri erkek ise bu maddi gösterişin altında kalmamak için 3 koli konfeti ve kadehlerce bol ısmarlayıp, defalarca sahne oyunu yapar. Kısacası ekonomik sermayeyle rüşvet ispatına girişen erkek müşteriler, karlarını maksimize etme stratejisini yürüten Gazino Patronları'nın en önemli aktörleridir. Dolayısıyla, hem ekonomik sermaye sahipleri, hem yöneticiler hem de oyunun kurallarını belirlemeye muktedir patronların dolaylı olarak tahakkümleri böylelikle açıklanabilir. Sermaye sahibi ve acımasız rekabetin neferleri ve bizzat uygulayıcıları olarak gazino patronları, neoliberal hegemonik erkekliğin pavyonlardaki inşasını bu şekilde gerçekleştirmektedirler.

“Müşterileri birbirine düşürüyoruz bir nevi. Bu da işimize yarıyor yani...” Volkan, 33, Gazino Patronu (Miami Night Club, Maltepe)

### **3.1.5. Mafya ve Şiddet Ekseninde Gece Hayatının Güçlü Hükümdarları olarak Gazino Patronları**

Gazino Patronları için gece hayatının ikinci altın kuralı; “ezik olmamak/görünmemek” ve şiddet kullanmaya cesaret edebilen, fiziksel açıdan güçlü bir çalışan erkek kadrosuna sahip olmaktır. Bu durum gazino patronlarının hegemonik erkekliklerini şiddet aracılığıyla pekiştirdikleri gerçekliğini doğrudan yansıtmaktadır. Zira sahanın öznelerinin bu konudaki anlatıları, Ankara'nın pavyon hayatının karanlık olan öteki yüzünü de; gece hayatının suç ile olan yakın ilişkisini gözler önüne sermektedir.

“Gazinoculuk çok zor bir iş. Hep öyleydi ama şimdilerde çok daha zor. Bu alemde hep güçlü olmak zorundasın yoksa bu alem ezik adamı yer. Ezik olursan kaybedersin. Dükkada çalışacak erkek kadronun çok sağlam olması gerek. Bir durum olduğunda, olaya anında müdahale eden adamların olmalı mekanda. Arkan sağlam olmalı bu alemde...” Şeref, 53, Gazino Patronu, (Miami Night Club, Maltepe)

Ana akım medyada da genellikle karşılaşılan “eğlence mekanları baskınları” haberleri, gece hayatının karanlık dünyasına açılan kapılardan biridir. Gazino patronlarının bu konuda üzerlerine düşen görev de, hem mekan içi hem de mekan dışında sahip oldukları iktidar alanlarını korumak ve herhangi bir durumda şiddet kullanma tekeli elinde tuttuğunu kanıtlayan sembolik bir sermaye birikimine sahip olmaktır. Bu sembolik sermaye, illegal ortaklıklara, detaylı olarak açıklanmayan gizil güce sahip olunduğunu belli eden bir unsur olarak, gazino patronunun “pavyon aleminde” ayakta kalmak için sahip olması gereken bir husustur.

“Ankara’nın gece aleminde mafya var, yok değil. Geneli de haraç alır bunların. Biz hiç kimseye haraç vermeyiz. Çünkü bizim de gücümüz var.” Şeref, 53, Gazino Patronu, (Miami Night Club, Maltepe)

Ankara’nın pavyon hayatında haraç toplayan illegal örgütlenmelerin olduğunu belirten gazino patronlarına göre, bu tarz yasa dışı uygulamalara direnmek hayati bir mevzudur. Gazinoculuk bu bağlamda, ancak ve ancak güce sahip olan erkeğin yapabileceği bir iştir; bir gazinocu tek bir cümleyle anında bir grup erkeği toparlayabilmeli ve mekanına dıştan yapılan her türlü müdahaleyi bu şekilde bertaraf edebilmelidir. Zira, gazino patronunun kendisini bir “mafya babasından” ayıran özelliği, bu illegalliğe karşı direnişinde ve iş yerini ve çalışanlarını korumasında yatar. Elektronik gözün gerekliliği de, bu bakımdan değerlendirildiğinde legal kurumlara herhangi bir saldırıya nefsi müdafaa amaçlı karşılık verdiğini ispatlamak içindir. Özetle, Ankara’nın pavyon hayatında Gazino Patronları, şiddet kullanma tekeline sahip olarak hegemonya inşa etmektedirler. Patronların hegemonik erkeklik temsilleri ise hem fiziksel hem de maddi anlamda “güçlü” ve şiddet uygulama konusunda “cesur” erkeklik imajı üzerinden vuku bulmaktadır.

Öte yandan, personele mekan içi şiddet kullanma tekeli veren gazino patronlarının ofisleri olarak kullandıkları “müdüriyet”in de mekan içerisinde sembolik bir anlamı vardır. Mekan içerisinde- kendi deyimleriyle- “yanlış yapan” müşteri önce yanlış yaptığı yerde anında cezalandırılır ve sonrasında patronun olduğu yere; müdüriyete götürülür. Burada gazino patronu, cezayı kesen ya da azaltan müktedir kişi olarak eril inisiyatifini kullanır. Gazino patronunun müdüriyet konusundaki müktedir pozisyonunu pekiştiren bir diğer unsur, yine sahip olduğu simgesel sermayesinde gizlidir. Buna göre simgesel sermaye; her sermayenin içerisinde

görülebilecek, sahip olunan simgesel değerler bütünüdür. Diğer sermaye tiplerinin herhangi birinin, algı kategorileriyle kavrandığında büründüğü biçimdir. Bir toplumda- ya da ortamda- ekonomik çıkarlar (illusio) önemli konuma gelmişken, bir diğer toplumda ya da ortamda kültürel çıkarlar önem kazanabilir. Pavyonlardaki eril illusio ise, bu noktada özellikle şiddet ve iktidar ikilisiyle iç içe geçmiştir. Öte yandan, bu durum simgesel sermayenin, şiddete dönüşmesi noktasında da farklılıklar doğurur; yani simgesel şiddetin boyutunu da belirler (Özsöz, 2009). Görünmez şiddet olarak da adlandırılabilen olan “simgesel” şiddetin temellerine dair sorulan sorulara, yani neyin şiddet olduğu veya neyin yasal/yasadışı olduğu sorusuna cevap verebilecek tek bir güç vardır; bu onu tanımlayan iktidardır. (Copet-Rougier 1989: 73). Müdüriyette karar anını belirleme ve inisiyatif kullanmaya muktedir eril özne olarak gazino patronunun bu konumunu kabul ettirme sürecinde, elinde bulundurduğu baskı aracı; sembolik sermayesidir ve bu da kültürel sermaye üzerinden işlemektedir. Farklı bir alanda ise sembolik sermayenin içeriği farklı bir boyut kazanacak, ancak sembolik şiddeti sağlaması bağlamında yine aynı işlevi görecektir. Çünkü sürekli olarak karşıtlıklar dayatarak sembolik şiddeti teşvik edecektir. Sembolik sermaye, onu görmelerini, tanımalarını, kabul etmelerini sağlayan algı ve değerlendirme kategorilerine sahip edimciler tarafından algılanarak, gerçek bir sihirli güç gibi simgesel anlamda etkili hale gelen, fiziksel güç, zenginlik, savaşçılık değeri gibi herhangi bir özelliktir. Bir buyruk verilir ve ona uyulur: Bu neredeyse sihirli bir edimdir (Bourdieu 2006: 175). Patronun bu sihirli edimi, hem sahip olduğu ekonomik sermayesinde hem de onu muktedir pozisyonunda tutan mekan içi ve mekan dışı sembolik sermayesinde yatar. Sonuç olarak gazino patronları, pavyonlarda inşa edilen hegemonik erkeklik temsillerine sahip olan sermaye sahibi, muktedir gruptur. İş verenler olarak denetleyen, gözetleyen, sorumluluk alan, disipline eden, cezalandıran ağabeyler, babalar, dayılar ve reisler olarak, ataerkil normların ve hegemonik erkeklik örüntülerinin şiddet ekseninde yeniden üretilmesini sağlayan önemli eril aktörlerdir.

### 3.1.2. Çalışan Erkekler

Çalışan erkekler, gazino patronlarının şiddet kullanma yetkisi verdikleri, egemenin “polisliğini yapan” bir grup olarak gece hayatında farklı bir iktidar alanına ve tahakküm araçlarına sahiptirler. Konsomatrislerin güvenliğinden ve mekanın iç huzurunu sağlamaktan sorumlu kimseler olarak, herhangi bir gerilim anında olaya anında müdahale eden kişilerdir. Öte yandan, çalışan erkekler pavyon hayatındaki hegemonik erkekliklerin hiyerarşik sıralamasında tam ortada görünmelerine rağmen, çalıştıkları mekanların yönetimi, lokasyonları, müşteri erkekler ve patronlarla olan uzlaşma stratejileri ve çatışma konusunda birbirlerinden ayrılmaktadırlar. Nitekim, bu çalışmada görüşme yapılan çalışan erkeklerin belli stratejilerle kapitalist

sermayenin dolaşımında olduğu iş yerlerinde ve gece hayatının karanlık dünyasında ayakta kalabilmekte ve hegemonyalarını özellikle simgesel sermaye aracılığıyla inşa ettikleri gözlemlenmiştir. Hegemonya inşasının temel alanı ise; “kutsal emekçi erkek” imgesinin dolaşımında olduğu bir alandır.

### 3.1.2.1. Çalışan Erkekler ve Hegemonya Söylemi: "Kutsal Emekçi Avantadan Para Yiyen Züppeye Karşı"

Çalışan erkeklerin hegemonik erkeklik temsili, “kutsal emekçi” ve “alın teriyle ekmek parasını kazanan işçi” imgelerine dayanmaktadır. Bu noktada da, özellikle müşteri erkeklerle çatışma yaşamaktadırlar. Çalışan erkeklerin iktidar alanları en çok müşteri erkeklerin iktidar alanlarıyla çatışma halindedir. Çalışanlar için patronlar; ekmek paralarını veren adil ağabeyler, onların sermaye sahipleri oldukları pavyonlar ise “ekmek kapıları” olarak sembolikleşmiştir. Dolayısıyla patronun hegemonyasına olan rıza, çalışan erkekler tarafından içselleştirilmektedir. Zira, kurallara uydukları ve patron hakkani olduğu müddetçe, sermaye sahipleriyle çatışma yaşamamakta ve gerilim hattına girmemektedirler. Çalışan erkeklerin eril illusionun olduğu pavyon ortamında rüştlarini ispat etmeye çalıştıkları erkek grubu müşteri erkeklerdir. Kendi deyimleriyle “sarhoş adamlar” uğraşarak, saatlerce ayakta hizmet ederek kazandığı parası, müşteri erkeğin bir gecede harcadığı para kadar “değersiz” değil, yine kendi adlandırmasıyla “alın teriyle kazandığı helal paradır.” Helal para kazanan bir “emekçi” olarak, müşteri erkeklerin “avantadan kazandıkları parayla züppelik yaparak erkeklik ispat etmeleri” onlara göre “gerçek erkeklik” değildir. Aksine “züppe müşterinin erkekliği” kendine güvensizlikle, kompleksle ve parayla rüşst ispat etme gibi değersiz edimlerle kurulan bir erkekliktir.

“Buradaki herkesin amacı evine ekmek götürmektir... Buna konsomatrisler de dahil. Dışarıdan bizim eğlendiğimizi, keyfine çalıştığımızı sanıyorlar. Halbuki öyle değil. Oraya keyfine gelen birileri varsa, onlar, haksız kazanç sağlayan müşteri erkekler... O adamlar ‘para bende, öyleyse istediğimi yaparım’ diyen gayrimeşru, bir yeri hortumlayıp avantadan para kazanıp gelip burada yiyen züppe tipler. Namuslu bir adam alın teriyle kazandığı paranın hepsini bir gecede yemez burada! Arsız, tefecisi, gayrimeşrusu, mafyası gelir buraya...” Ferhat, 43, garson (Saray Gazinosu, Ulus, Çankırı Caddesi)

Öte yandan, gayrimeşru işlerle uğraşan, haram parayla eğlenen müşteri erkekler, kutsal emekçi söyleminin üzerine bina edildiği “öteki” öznel olarak çalışan erkeklerin anlatılarında çokça tepki gösterdikleri kimselerdir. Onlar tarafından kendilerine yöneltilecek herhangi bir hakaret ya

da uygunsuz davranış anında cezalandırılır ve ekonomik sermayeyle kurulan hegemonyaya karşı şiddet edimiyle pekiştirilen bir karşı-hegemonya mücadelesi başlamış olur. Diğer taraftan, çalışan erkeklerin hiyerarşik konumlarında her ne kadar bir ast-üst ilişkisi olsa da, emir-komuta zinciri içerisinde herkes görevini yerine getirdiği müddetçe bir çatışma yaşanmamaktadır. Aksine onlar, pavyon içerisinde ayrı bir sınıf olarak, ekonomik sermayeleriyle hegemonya kuran müşteri erkeklere karşı kutsal emekçi imgesine yaslanan bir simgesel sermaye aracılığıyla karşı-hegemonya mücadelesine girmektedirler. Bu karşı hegemonya mücadelesi içerisinde ise iktidar alanlarını muhafaza etme adına belirli tahakküm pratikleri ve çoğu durumda da kendi çıkarlarını merkeze alan bazı pragmatik uzlaşma stratejileri geliştirmektedirler. Dolayısıyla, müşterilerin “haram paralarıyla” kendilerine tahakküm uygulamaya çalıştıklarını belirten çalışan erkekler, “helal para kazanan emekçi ve namuslu erkekler” olarak kendilerini müşterilerden ayırtmakta ve müşteri erkeklerin hegemonyalarına karşı bir karşı-hegemonya mücadelesi içerisine girmektedirler. Öte yandan Ankara'nın gece hayatının suç dünyasıyla olan yakın ilişkisi göz önüne alındığında, çalışan erkeklerin bu dünyada barınabilmek için çeşitli erkeklik stratejilerine başvurdukları ve hegemonya için mücadele verdikleri de gözlemlenmektedir.

### 3.1.2.2. Çalışan Erkeklerin Hegemonik Erkeklikle Uzlaşma ve Çatışma Stratejileri

Çalışan erkekler için egemen erkeklik değerlerini kültürel olarak içselleştirme ve egemen erkeklik değerlerini arzulama (Sancar,2009), ağabey patronu bir rol model olarak benimseyip ona koşulsuz itaat ederek geliştirilen bir yanlış bilinç meselesiyle değil, erkekliğin homojen bir çıkar grubu olarak farklı sınıf ya da iktidar elde etme istemine sahip olmasıyla açıklanabilir. Ekmek parasını kazanan sıradan insanın imgesi de, bu noktada, ekonomik sermayeyle kurulan baskın erkekliğin karşısına simgesel sermayeyle çıkan bir karşı-hegemonya mücadelesinin başat aktörü olarak betimlenebilir. Bu noktada De Certeau'ya göre, sıradan insan hayata tutunmak için sistemin ürettiği ve kendisinin önüne koyduğu şeyleri kendisine göre tüketerek, onun anlamını, onun yapısına müdahil olmadan ama bu yapının açıklarını, yarıklarını, kestirmelerini keşfederek dönüştürür (De Certeau, 1984: 32). Yine De Certeau, sıradan insan ile muktedir arasında-ki buradaki muktedir çalışana baskın gelmeye çalışan müşteri erkektir- olan ilişkiyi bir savaş meydanı olarak tasavvur eder. Ve bu tasavvurda strateji ile taktiğe özel bir anlam atfeder. Lakin bu atfediş, klasik askeri politik manasındaki gibi bir uyumluluk değil, tersine bir zıtlık içerir (1984: 35). Ona göre strateji muktedirin yönetmek için uyguladığı bir ana plandır. Taktik ise sıradan insanın tıpkı kentlerin karmaşasında kendisine kestirme yollar keşfetmesi gibi, bu ana planın içerisinde o planı kendi lehine dönüştürerek yöntemler keşfetmesidir (1984:93).

Dolayısıyla, sistem mekanı kurar ve onun üzerinden sıradan insana hükmetmeyi umar; sıradan insan ise o mekanı verili olarak kabul eder ve kendi yaratıcılığıyla, fırsatları kendi lehine dönüştürüp zamana hükmederek mekanın sahibini-buradaki ifadesiyle “müşteri erkeği”- alt etmeye çalışır. De Certeau bu karşıtlığı daha net bir şekilde kurmak için savaş ve kaçak av metaforlarını kullanır; egemenin savaş meydanı, sıradan insanın kıvraklığı sayesinde sıradan insan için kaçak av sahasına dönüşür (De Certeau, 1984:38, akt. Özarslan, 2016:145). Buna göre pavyonda çalışan erkekler öncelikle kaçak av sahasında ne gibi stratejilere başvurumaktadırlar?

Çalışan erkeklere göre bu stratejilerin işlemekte olduğu kaçak av sahasında iki türlü edim bulunur. Bunlardan birincisi, onu parasıyla ezmeye çalışan erkeğe örtük bir ceza vermek, ona haddini gizlice bildirmektir. İkincisi de şiddeti açıktan uygulamaktır. Mekanda çalışan kadınların güvenliğinden de sorumlu olan çalışan erkekler, sarhoş müşterilerin hakaretleri ya da kadınlara yönelik fiziksel şiddet göstermeleri karşısında kimi zaman fiziksel şiddetle, kimi zaman da örtük şiddetle cevap verirler. Örtük şiddet örneği; müşteri erkeğin içkisine fazladan içki koyarak- tek çeşit içkiyi birçok alkollü içkiyle karıştırarak- onu sarhoş etmek ve bilinçsizce hareket etmesini sağlamaktır. Bu örtük edim özünde intikamcı bir eril davranış örneğidir. Öte yandan bu “haddini bildirme” pratiği yüksek alkol alarak istemediği davranışlara bilinçsizce sürüklenen müşteri erkeğin gösterdiği hal ve hareketlerden ötürü mekanın maskotu haline gelmesini sağlar. Erkekliğin çoğunlukla “ağır başlılık” haliyle temsil edildiği bu mekanlarda, bir eğlence nesnesi haline gelmesi çalışan erkeğin intikamıdır. Buna göre “avantandan para yiyen” müşteri erkek özne, çalışan erkeğin kazanç sağladığı ve intikam aldığı bir nesne durumuna indirgenir.

“Bazıları mesela küfür eder, kadına vurmaya çalışır. Sen ne yaparsın peki? Rakısını cinlersin, aklını alırsın, yerlerde sürünür. Görür o zaman dünyanın kaç bucak olduğunu...” Necip, 38, Şef Garson, (Yağmur Tavernası, Ulus, Çankırı Caddesi)

Patronlar tarafından yönetilen rekabet oyunlarında, müşteri erkeğin egosunu kadınlara yaptığı konsomasyon sayısına göre okşamak ve ona “mekanın kralı” gibi hissettirmek, çalışan erkeğin bahşişini katlayan strateji örnekleridir. Öte yandan çalışan erkekler, patronların müşteri erkekleri yönlendirdikleri mekan içi rekabetten de fayda sağlayan katılımcılardır. Çalışan erkekler bu noktada eril çıkarların hakim olduğu bu oyunları kendilerince belirledikleri taktiklerle de yönetirler. Müşteriler arasındaki rekabeti kışkırtarak çıkar sağlayan çalışan



erkekler de tıpkı konsomatrisler gibi belirli senaryolar çerçevesinde şekillenen taktiklere başvurumaktadırlar. Zira “erkek egosu okşama”, konsomatrislerin görevleri olduğu kadar çalışan erkeklerin de görevi ve karlarını (bahşişlerini) maksimize etme yöntemlerinden biridir.

“Biz müşteriyi pohpohlarız, onu mekanın kralı yaparız. Böylece daha çok bahşiş verirler, biz de kazançlı çıkarız.” Ferhat, 43, Garson, (Saray Gazinosu, Ulus, Çankırı Caddesi)

Bu taktiklerin yanı sıra mekan içerisinde fayda sağladıkları çalışma arkadaşları konsomatrislerle de belli ortaklıklar geliştirmektedirler. Hegemonik erkekliğin çalışan erkekler nazarında kadına yönelik olan dışsal hegemonyası, ortada bir çıkar olduğu için işlememektedir. Zira kadınlarla iyi geçinmek zorundadırlar çünkü her şeyden önce “aynı gemide ekmek parası kazanan emekçiler” olarak, kadınlarla aralarında ortak bir duygusal emek bağı bulunmaktadır. Öte yandan, konsomatrisler müşterilerden aldıkları konsomasyon bedelini çalışan erkeklerle bölüşmekte ve bir masaya bakan garson iş birliği yaptığı kadını kendi belirlediği müşterinin masasına oturttuğunda, bahşiş için ortak bir mübadeleye girmektedirler. Bundan her iki taraf da fayda sağlamaktadır. Fakat hegemonik erkekliğin söylemsel iktidar stratejileri, çalışan erkekler için konsomatrislerle kendilerini eşit tutmak noktasında devreye girmektedir. Çünkü çalışan erkekler, konsomatrislerin güvenliklerinden ve mekanın huzurundan sorumlu olan bekçilerdir. Dolayısıyla hegemonik erkeklik toplumsal cinsiyet ayrışmasının üzerine, bedene yönelik vurgular üzerine de bina edilmektedir.

### 3.1.2.3. Şiddet Kullanma Yetkisi ve Çalışan Erkekler

Çalışan erkeklerin patronlardan herhangi bir durumda şiddet kullanma yetkisi aldıklarını daha önce belirtmiştik. Buna göre bu yetki çalışan erkeklerle şiddet kullanmaya muktedir kimseler olarak mekan içerisinde hegemonik bir pozisyon sağlamaktadır. Zira pavyonun en önemli iç mekan özelliklerinden biri her zaman loş ışıklara sahip olmasıdır. Genellikle duvarlara monte edilmiş renkli neon ışıklar vardır. Tavanda ise kapalı halde duran floresan ışıklar bulunur. Bu kapalı konumdaki gizli ışıklar, mekan içerisinde herhangi bir çatışma olduğunda açılır ve o andan itibaren eğlence, yerini çatışmaya bırakır. Patronlar, çalışan erkeklerden ne olursa olsun bu floresan ışıkların açılmaması için ellerinden geleni yapmalarını talep etmektedirler.

“Müşteriler sarhoş olunca genellikle sorun çıkartır. Patron bize her zaman şunu tembih eder: ‘Floresanları açtırmayın’. O ışıklar yanarsa, biliriz ki, çatışma çıkmıştır. Ya sorun çıkarttıkları yerde, herkesin gözü önünde döveriz, ya da müdüriyete çeker orada döveriz. Patron bize, “olur da arıza çıkaran çakallar olursa, tekme tokat dövün” der. Biz de ödevimizi yaparız yani.” Ferhat, 43, Garson (Saray Gazinosu, Ulus, Çankırı Caddesi)

Çatışmayı sembolize eden bu ışıklar açıldıktan sonra, şiddet kullanma yetkisine sahip çalışan erkekler ve müşteri erkekler arasında, kozların fiziksel güçle paylaşıldığı bir “er meydanı” sahnelenir. Ne olursa olsun sayıca üstün olan çalışan erkekler tarafından kazanılacağı aşikar olan bu erkeklik savaşı, müşteri erkeklerin mağlup edilmesiyle, kozların sonradan tekrar mekan dışında paylaşılacağı bir meydan savaşına dönüşür. Çalışan ve müşteri erkekler arasındaki başat çatışma nedeni ise hesap ödeme konusudur. Gecenin sonunda eğlencesini bedelini ödemek için hesap isteyen müşteri erkekler, kendilerine göre fazla gelen adisyonları gördüklerinde çoğu zaman kazıklandıklarını iddia ederek, çalışan erkeklerle sözlü tartışmaya girerler. Gece boyu müşteri erkeğin eğlencesine hizmet ederek yırandığını belirten çalışan erkek de, karşılaştığı bu itiraz karşısında müşteri erkeği adaletsiz davranmayla suçlar ve ona bedel ödetmek ister. Patrondan aldığı şiddet yetkisini ise müşteri erkeğe bir tür “erkeklik bedeli” ödeterek kullanır ve mekan içerisinde çatışma çıkar. Patrondan şiddet kullanmaya dair tam yetki alındığında “helal para kazanan” ve ekonomik sermayeleri ile “erkekliklerini kanıtlamaya çalışan” erkeklerden bir “emekçi sınıfı” tanımıyla kendilerini ayırtıran çalışan erkekler, erkekliğin bedellerinin olduğunu ve bu bedellerin de her daim “anlaşılan dilden” ödeneceğini belirtmektedirler. Örtük cezalandırmalar ve söz içerisinde gizli göz dağlarından anlamayan müşteri erkeklere yönelik şiddet kullanımı da koşullara göre değişmektedir.

“Ben çok adam dövdüm burada. Adli sabıkam var, mahkemelerim hala devam ediyor. Geliyor buraya, yiyor içiyor, kons çağırıyor, sonra hesaba itiraz edip, bizi sahtekarlıkla suçluyor. Biz de gözünün yaşına bakmıyoruz, onun anladığı dilden cevap veriyoruz. Dayakla anlatıyoruz yani meramımızı...” Necip, 38, Şef Garson, (Yağmur Tavernası, Ulus, Çankırı Caddesi)

Özetle, çalışan erkekler müşteri erkeklere karşı bir karşı-hegemonya mücadelesine girişmişlerdir. Bu karşı hegemonya mücadelesi, uzlaşma stratejileri, gizli ya da doğrudan cezalandırma pratikleri ile birlikte, kendisini simgesel sermaye ile kurulan bir erkeklik öznelliği ile diğerlerinden ayıran bir iktidar alanının içerisinde verilmektedir. Helal para kazanan kutsal emekçi erkeğin hegemonik erkekliği, iyilik ve kötülük ekseninde kurulmakta, haram para

kazanmakla suçladığı züppe erkeğin öznelliği üzerinden inşa ve temsil edilmektedir. Zira burada da görüldüğü gibi erkeklik yine bir söylem nesnesi ve stratejisi olarak karşımıza çıkmaktadır.

### 3.1.3. Müşteri Erkekler

Pavyon eğlencesinin bir erkek eğlencesi olarak metalaşıp, gece hayatının önemli aktörleri olan müşteri erkekler tarafından tüketilerek, bir alt kültür biçiminde ortaya çıktığını 2. Bölüm’de belirtmiştik. Buna göre müşteri erkekler, Ankara’nın pavyon kültürüne önemli ölçüde yön veren kişiler olarak, mekan içerisinde ve gece hayatında hegemonyalarını sahip oldukları ekonomik sermayeleri aracılığıyla inşa etmektedirler. Pavyon eğlencesi bir erkeklik alt kültürü olarak müşteri erkekler tarafından gündelik hayat pratikleri içerisinde şekillenmektedir. Öte yandan, bu alt kültürün, yerel kültürel değerlerle şekillenen bir “Ankaralı Erkek” imajının kurgulanması ve temsil edilmesindeki payı büyüktür. Diğer taraftan, müşteri erkekler, Bourdieu’nun ekonomik sermaye olarak adlandırdığı; bireylerin sahip oldukları para ya da maddi değerleri ifade eden sermaye biçimiyle pavyon içerisinde ve gece hayatında hegemonyalarını inşa ederler. Bu sermaye türü Marks’ın da ifade ettiği gibi sahip olunan sermayenin ve onun beraberinde getirdiği faydacı durumun bir uzantısı olarak, müşteri erkeklerin hegemonya inşa süreçlerine eklenen en önemli unsurdur. Öyle ki, buradaki ekonomik sermaye, sembolik sermayenin çok güçlü bir bileşeni olarak pavyonda sergilenmesi usulen uygun görülen sert erkek imajının yapılandırılmasında çok önemlidir. Ekonomik sermayeye sahip olmak, pavyon kültüründe, fiziksel görünüm, sert tavırlar ve silaha sahip olmak gibi özellikleri bile çoğu zaman ekarte eden bir unsurdur; hegemonik erkekliğin eril mekan pratiğe sahip pavyonda inşa edilmesinde hayati derecede önemlidir.

“Paranla hükmedebiliyorsun orada. Hükümün para yani. Silahtan da, kabadayılıktan da, tipinden de ötededir paran. Paran varsa güç sendedir. Herkes pervane olur sana mekanda...” Kemal, 31, Çalışmıyor (Ulus, Çankırı Caddesi Pavyonları)

Öte yandan, müşteri erkeklerin ekonomik sermayeleri ile kurdukları iktidar alanları özellikle çalışan erkeklerle kesişmekte ve eril çıkarların merkezde olduğu çatışmalar, pavyon kültüründe özellikle çalışan erkekler ve müşteri erkekler arasında yaşanmaktadır.

#### 3.1.3.1. Müşteri Erkeklerin Anlatıları Üzerinden Çalışan Erkekler

“Erkeklerin çoğunun yaşamları, zorunlu bir rekabet düşüncesi (Biddulph, 2003:18), sürekli bir meşruluk arayışı, ne pahasına olursa olsun etkileme dürtüsü (Biddulph 2003:213), başkaları

üzerinde iktidar ve egemenlik kurma ve bu alanları başkalarına karşı savunma, hatta genişletme talebi tarafından belirlenir.” (Onur ve Koyuncu 2004: 45; Çelik, 2016). Buna göre eril çıkarların fazlaca hakim olduğu pavyonlarda müşteri erkeklerin meşruluk arayışı süreçlerinde ekonomik sermaye ile kullandıkları eril söylemler esas araçlardır. İktidar ve egemenlik kurma ise özellikle çalışan erkekler ve kadınlara yönelik olarak uygulanan pratiklerdir. Öte yandan erkek çalışanlarla olan çatışmalar müşteri erkekler için öncelikle söylem aşamasında ortaya çıkar. Çalışan erkekler ile eril rekabet oyunları aracılığıyla çatışmaya giren müşteri erkekler, çalışan erkeklerin dürüstlüklerine güvenmediklerini ve kendilerini maddi açıdan sömürülmeye ve kadınlar konusunda çalışan erkekler tarafından kandırılmaya hazır “av” olarak gördüklerini ifade etmektedirler. Dolayısıyla, Müşteri erkek ile çalışan erkek arasında müşteri erkek ile konsomatrisin arasında olan ilişki gibi bir av-avcı oyunu vardır. Müşteri erkek çalışan erkek için bir avdır; çalışan erkek ile konsomatris kendi aralarında ikisinin de karlı çıkacağı bir anlaşma yaparak müşteri erkeği daha fazla harcaması için teşvik ederler. Bu teşvik sürecinde ise başvurdukları belli başlı stratejiler vardır. Buna göre, özellikle çalışan erkeklerin kullandıkları stratejilerden belki de en önemlisi, müşteri erkeği konsomatrisin cinselliğine sahip olduğu konusunda ikna etmektir.

“Orada olup biten her şey, o garsonların başının altından çıkar. Onlar aslında garson değil, onlar sana kadın ayarlayan erkekler yani bilmem anlatabildim mi? Yalancılar, ‘abi bak bu kadın bu gece kesin seninle olacak’ diyerek, insanı gaza getiriyorlar. Sen de inanıyorsun tabi, alkollüsün o anda. Kadın oturuyor masana, ard arda konsomasyon yapıyorsun. Hesap katlanıyor, bahşiş veriyorsun bir de o heriflere. Gece sonuna doğru kadın seninle çıkmıyor ama, kaçıp müdüriyete gidiyor. Böyle kandırıyorlar adamı...”  
Tayfun, 36, İşletmeci, (Cebeci Pavyonları)

Konsomatrisin ulaşılamaz cinselliğine sahip olabileceği konusunda ikna edilen müşteri erkek, tahayyülündeki kadın bedeninin cinsel imgesinin kendisine sağladığı eril motivasyon ve özgüvenle daha fazla para harcar. Nitekim, iki farklı hegemonik erkekliğin bu dolaylı çatışması arasında da bir bakıma örtük aracı olan konsomatris, bu eril hesaplaşmadan maddi payını aldıktan sonra oyundan çekilir. Söz konusu hegemonik erkeklikler arası çatışma da, bu andan itibaren büyümeye başlar. Her ne kadar cinselliğe erişme şansının ortadan kalkması müşteri erkek için çatışma sebebi olarak görülsede, esas neden müşteri erkeğin çalışan erkek tarafından kandırıldığını düşünerek, bunu kendi eril iktidar alanına bir müdahale olarak olumsuzlamasında yatmaktadır. Çalışan erkek tarafından “küçük düşürüldüğüne” inandığı için, onun eril ahlak kodlarınca dışlanan bir alana sürükleyerek söylem bazında ötekileştirir. Bu pavyon içerisindeki

eril şiddetin ilk aşamalarından birisidir.

### 3.1.3.2. Müşteri Erkekler ve Şiddet

Pavyonlarda erkekler arasındaki şiddet, ilk olarak müşteri erkekler tarafından çalışan erkeklerle belirli durumlarda söylem bazında ve sembolik olarak uygulanır. Öte yandan, pavyonda erkeklikler arası yaşanan en büyük çatışma nedenlerinden biri hesap ödemedir. Müşteri erkekler hesaba itiraz ettiklerinde özellikle çalışan erkekler tarafından bir bedel ödemeye tabi kılınırlar. “Erkeklik bedeli” olarak metaforik bir anlama sahip olan eğlencenin bedelinin ödenmemesi ya da bunu ödemeye itiraz edilmesi, müşteri erkeklerin çalışan erkekler tarafından uygulamaya yetkili oldukları fiziksel şiddete uğramasıyla son bulur.

Müşteri erkekler, bu erkeklik bedelinin ödenmesinin bir zorunluluk olduğunun bilincindedirler. Bu bedelin ödenmesine yöneltilen herhangi bir itirazın dozu da, fiziksel şiddetle cezalandırılmanın farkındalığıyla koşut olarak zayıflar. Pavyon bu noktada, bedel ödemenin yüksek maliyetinin ruhsal yıkıcılığı ve fiziksel şiddet görme gibi caydırıcı kuralların katılığı ile bezenmiş eril şiddetin, yeniden üretildiği bir mekan-pratiktir. Öte yandan müşteri erkekler, çalışan erkeklerle bir av-avcı oyununun içerisinde olduklarının da farkındadırlar. Çalışanlar tarafından “kandırılmak” ya da “avlanmak”, müşteri erkeğin şiddet kullanmasını meşru kıldığına inandığı sebeplerden biridir. Nitekim şiddet, müşteri erkeğin meşruluk alanı arayışında “misliyle” karşılık verebileceği ve erkekliğini ispatlayabileceği bir araç olarak ortaya çıkar ve mekan içerisinde çalışanlar tarafından maruz kaldığı şiddet de bu anlamda bir fırsata dönüşür. Diğer bir deyişle, fiziksel şiddetle cezalandırılmanın caydırıcı doğası müşteri erkek tarafından yok edilerek bir erkeklik rüştü ispatının tetikleyicisi olur.

“Ben hesaba itiraz ettim diye beni mekanda dövdüler diyelim. Ben ne yaparım sonra? Sabaha karşı iş çıkışı o mekana gider, bunların hepsini teker teker vururum! Yapmadığım şey değil hani...” Kemal, 31, Çalışmıyor, (Ulus, Çankırı Caddesi Pavyonları)

Dolayısıyla, fiziksel şiddetle cezalandırılma ekonomik sermayeyle ödenmesi gereken bir eğlence bedelini değil, erkekliği ispat etmenin zorunlu kıldığı “ödetilmesi gereken” bir erkeklik bedelini, şiddete misliyle karşılık verilmesi gereken bir rüşt ispatı haline gelir. Öte yandan, hesap dışında müşteri erkekler ve çalışan erkekler arasındaki çatışma, müşteri erkeklerin

konsomatrislere yönelik uyguladıkları fiziksel şiddet sonucu ortaya çıkar. Çalışan erkekler konsomatrislerin mekan içi güvenliklerinden sorumlu koruyucuları olarak, müşteri erkekler tarafından onlara yönelik herhangi bir fiziksel saldırı durumunda, olaya anında müdahale ederler. Müşteri erkek kendisini, ekonomik sermayesiyle kurmuş olduğu iktidar alanında ödediği bedelin karşılığını almaya muktedir olarak konumlandırmıştır. Dolayısıyla “oyunu kurallarına göre oynarken” ödediği bedelin karşılığını kendi istediği biçimde alamaması, onu bir kriz ortamına sokar ve çalışan erkeklerle fiziksel şiddetin merkezde olduğu bir çatışmaya girer.

### 3.1.3.3. Müşteri Erkekler ve Konsomatrisler

Özarslan’a göre gazi nodaki “imkansız erkeğin imkansız hediyesi, bir imkansızlıkla yoluna devam etmeyi dener; bu imkansız bir tatmindir” (2016: 96). Bu içerisinde sonsuza kadar kovalamanın, tatmin olma ve yakalamaya tercih edildiği imkansız avdır. Müşteri erkek ve konsomatris arasında dönüşümlü olan bir av-avcı oyunu oynanmaktadır. Bu av-avcı oyununda hangi tarafın av, hangi tarafın da avcı olduğu makul bir belirsizlik içerisinde kurgulanmıştır. Yine bu oyun, müşteri erkeği baştan çıkaran bir etmendir. Zira, müşteri erkek, kendisine kur yapan konsomatrisle kurallı bir flört oyunu oynarken, konsomatrisin kendisini bir maddi kazanç nesnesine indirgediğinin farkındadır. Duygusalıktan ayrıştırılan bu ilişki oyununda konsomatris de müşteri erkeğin nezdinde cinsel arzu nesnesine indirgenmiş bir av pozisyonundadır. Karşılıklı çekişmenin flörtle bağdaştırıldığı bu oyun, her iki tarafın menfaatlerini gözetir. Müşteri Erkeği bu oyunda en fazla tatmin eden menfaatlardan biri de, ulaşılamaz görünen cinselliğe sahip konsomatrisi baştan çıkarmadır. Çünkü bu baştan çıkarma edimi, erkeğe içsel anlamda eril bir haz da vermektedir.

“Bazen böyle durduk yerde kadının tekine Antep fıstığı atarım. Sırf pislik yapmak için yanına gider, ‘Adın ne senin güzelim?’ derim. O da ‘Ne yapacaksın? Nikahına mı alacaksın?’ der. Bak o da hazır cevaptır, alttan alta da cilve yapar sana. O sert cilveleri, adamı ters köşe yapmaları çok cazip geliyor. Onlar bizi av olarak görüyor ama biz de onları av olarak görüyoruz. Hangimiz birbirimizi ne şekilde kopartırız onun derdindeyiz. Ama bu çok cazip işte!” Kemal, 31, Çalışmıyor, (Ulus, Çankırı Caddesi Pavyonları)

Baudrillard’a göre baştan çıkarmanın kuralı, ritüele dayanan kesintisiz bir değiş tokuşun; baştan çıkarmanın da, baştan çıkarmanın da hiçbir oyun oynamadığı-veya oynadığı- bir yeniden değere artırma sürecinin kuralıyla aynıdır; çünkü, birinin kazandığı zaferle ötekini uğradığı bozgunu

birbirinden ayıran çizgi ayırt edilemez durumdadır- ve daha çok baştan çıksın ve “benden daha çok sevsin” diye ötekine yönelen bu meydan okumanın ölüm dışında hiçbir sınırı yoktur. Oysa cinselin yakın ve sıradan bir amacı vardır: Haz, yani arzunun yerine getirilmesinin doğrudan biçimidir bu (Baudrillard, 2005:33). Dolayısıyla Baudrillard’a göre, baştan çıkarmanın kurallarını koyan değiş tokuş, basit haz-arzu arayışının daha ötesinde, bilhassa erkeğin bitimsiz mücadelesini ve zafer müjdeleriyle yüklü baştan çıkarma oyunlarını süsleyecek vaatlerle doludur ve bu yüzden Baudrillard’a göre, erotizm pornografiden daha önemlidir (Özarlan, 2016: 90). Baudrillard’a göre göz aldatım, gerçek bir uzamın boyutunu yok eder ve onu baştan çıkarı hale getirir. Oysa tam tersine porno, cinselin uzamına bir boyut ekleyerek onu gerçek anlamda daha gerçek hale getirir- bu da pornonun baştan çıkarıcı hiçbir niteliğinin olmamasına yol açar. Pornonun hangi fantazmalarla ilgilendiğini aramak boşuna bir gayretten başka bir şey olmayacaktır; çünkü bu fantazmalar “gerçeklik fazlalığı” yüzünden pornoya kapatılmışlardır (Baudrillard, 2005:39). Öte yandan Kahraman’a göre; batıda cinselliğın yasaklanması garip bir sonuç doğurmuştur. Cinselliğın ve erotizmin gizi, onun izlenmesini de sorunlu bir hale getirmiş, cinselliği yakalamak ancak onu perdeleyen engellerin ötesine geçildiğinde mümkün hale gelmiştir. Dolayısıyla gizlilik, erotizmi doğuran şey olarak bize bir şeyi gösteren değil, duyumsatan, anımsatan, bir şeyleri anıştırarak onları “erotik” kılar. Dolayısıyla gösterilen cinsellik pornografi olarak tanımlanır ve biz gizliliği yaşamayı, görmeye tercih ederiz (Kahraman, 2010). Buna göre pornografik denilebilecek bir tür genelevi ya da randevu evi deneyiminin erkekler için neden yeterince tatmin edici olmadığı anlaşılır hale gelir; bu deneyim aşıkardır ki, onların yalnızca cinsel arzularını tatmin eder. Oysa erkekliğın imkansız iktidarı hep daha fazlasını talep eder. Bu da ancak diğer erkeklerin ve diğer kadınların aynı sahnede oyuna dahil olmasıyla mümkündür ve tam da bu yüzden, erkekler “kafesteki” bir kadından ziyade, daha fazla kadını baştan çıkarmayı arzularlar. Pavyonun da her gece kurulan müzayede sahası tam da bu yüzden biçilmiş bir kaftandır ve bu bakımdan pavyon denilen mekan onun için bir av sahası, diğer erkekler onun rakipleri, diğer kadınlar baştan çıkarmaya çalıştığı kadının değerinin oranladığı değerlerdir. Bu baştan çıkartma oyununda, niteliği değişen, başka şeylerle nisbi hale getirilen, başka şeylere dolaymlanan pek çok şey gibi, niteliği bir başka şeye dolaymlanan bir diğer şey de ekonomik sermaye, yani paradır. Para erkekle kadının oyununda tümüyle dışarıdadır ve hediye formunda soyutlanmaktadır. Buna göre; armağan erotiktir ve vermenin zevki cinsel bir zevk, bir güçtür (Schrift, 1997:4; Özarlan, 2016: 90-91). Dolayısıyla kadının erkeğe armağan olarak gönderdiği şey hediyein hediyesi olan küçük bir başlangıca dönüşür; paralı müşteri erkek ile konsomatris kadın arasında; Özarlan’ın da deyimiyle “göster ama verme teknolojisi” (2016: 97); Derrida’danın da “imkansız takas” dediği şeyi başlatır. Erkeğin kadından esas talep ettiği şey “onun cinselliği gibi görünmektir” ve kadının erkeğe verebileceği

şey de kelimeler ve sohbetten mütevellit bir oyun (2016:98), Ankaralı şarkıcıların oyun havaları eşliğinde yaptıkları “sahne”de, ellerinde tahta kaşıkla karşılıklı dans ettikleri erotik bir kurgudur. Dolayısıyla müşteri erkek daha çok konfeti patlatır, daha çok konsomasyon ve daha fazla kadınla sahne yaparak erkekliğini kadınlara, çalışan erkeklere, patronlara ve de müşteri erkeklere kanıtlar. Yine bu av-avcı oyunu, erotik kurgular, konsomatrisi baştan çıkarmak ya da onunla gece sonunda çorba içme ihtimali, erkeklere hegemonya inşa sürecinde fayda sağlayan unsurlardır. Öte yandan, “çapkınlıkta amaç hem rahatlama hem de üstünlük sağlamaktır. Bir tür duyarsızlık ve sorgulama idealine uyulur. Erkeğin kendisini özgür bir özne ve efendi olarak yeniden yaratmasını sağlayan duyarsızlık veya kesin bir arzu eksikliğidir. Yani çapkınlık doyum arayışı değildir. Çapkınlık karşısındakiyle yek vücut olma arayışı olarak tanımlanamaz; olsa olsa kendisi ile başkaları arasındaki ve kendi içindeki bölünmeyi arayış olarak tarif edebilir. Bu arayışta en ciddi tehlike kendini koy verme ve “gevşektir...” görüldüğü gibi çapkınlık bir zevk arayışı değil, tam tersine doyuma ulaşmanın tehlikelerini önlemeye çalışan bir tür kendini yoksun bırakmadır” (Deneys, 1996:68). Bu kovalama ve baştan çıkarma oyunu tümüyle erkeklik raconu tarafından üretilmiş (Özarlan, 2016:96) pragmatik bir strateji olarak Ankara pavyonlarında hem konsomatrisler, hem çalışan erkekler hem de gazino patronları tarafından müşterilerle karşılıklı olarak kullanılmaktadır. Bu av oyununun kural koyucuları patronlar, araçları çalışan erkekler ve konsomatrislerdir ve bu oyunda müşteriler dolaylı olarak yönlendirilmektedir.

#### 3.1.3.4. Erkeklik, Rekabet ve Harcama

Kadın bedeninin doğrudan bir meta olarak kullanıldığı sauna, genelev, randevu evi gibi yerlerle pavyonlar arasında temel farklılıklar vardır. Buna göre pavyonlar, harcama ve statü arasında doğrudan bir bağlantı oluşturur ve burada harcama kimi zamanlarda meta mübadelesi için yapılır ve aynı zamanda hiyerarşide yükselmeyi ve bir üst statü noktasını gösterir (Özarlan, 2016). Pavyon hayatının en temel veçhelerinden biri, fazlanın –ya da çoğu zaman elde olanın- harcanması aracılığıyla statü ve hegemonya sağlamaya elverişli bir mekan olmasında yatar. Taşra gazinolarının aksine Ankara’daki pavyonlarda zenginlik ve para formundaki meta döngüsünün ve sermayenin başlangıcı çoğu zaman önemlidir; ve müşteri erkekler için bir hediye formunda harcama, ritüeller ve mekan içi oyunların kurallarına itaat olarak hegemonya mücadelesinin merkezinde yer alırlar. Ayrıca müşteri erkekler için fazlanın- ya da fazla görünmesini istenilenin- törensel olarak harcanması, mekan içi hiyerarşide yükselmenin başat unsurlarından biridir.



“Ben bir gecede 3000TL’yi masada bıraktığımı bilirim. Ertesi sabah evde gidecek param kalmamıştı. Ama gecenin kralı bendim mesela... Pavyonun kapısından girdiğin andan itibaren harcadıkça harcayasın geliyor, sonunu düşünmüyorsun. Pavyonda bir erkeğin limiti yoktur!” Furkan, 24, Tamirci, (Ulus, Çankırı Caddesi Pavyonları)

Fazlanın harcanmasında son derece önemli bir kural vardır; buna göre törensel harcama için ayrılan pay, kar arzusundan ve amacından tamamıyla arındırılmış olmalıdır. Böylelikle onu üretken olmayan ve kutsal derecesine yükseltir (Bataille, 1997; Özarıslan, 2016). Elde olanın da “fazla” olarak temsil edilerek harcanması, erkekliğe mekan içerisinde bir itibar ve statü sağlar. Kısa vadede sağlanan bu statü ise uzun vadeye yayılmış bir eğlence alışkanlığı olarak pavyonun, erkeklik için ekonomik anlamda yıkıcı olma özelliğini de ortaya çıkarmaktadır. Zira av- avcı oyunu erkekler için ne kadar maliyetli olursa olsun, onlara kurgusal olarak üretilmiş bir “er meydanı”nda birbirleriyle kozlarını paylaşma şansı verdiğiinden dolayı tercih edilmekte ve erkekler gönüllü olarak bu oyuna dahil olmaktadır. Bu oyundaki esas amaçlardan bir diğeri de “avlamak” fiilinin ötesinde, bir erkeklik rüştü ispat etmektir;

“Herifin teki çıkıyor, 2 konfeti patlatıyor, 3 kadınla sahne yapıyor. Benim ondan neyim eksik? Ben alasını yaparım...” Furkan, 24, Tamirci, (Ulus, Çankırı Caddesi)

Erkekler arasında harcama üzerinden bir çatışma yaşanması için fiziksel bir kavgaya gerek yoktur. Zira böyle bir rekabette “harcama”, her taraf için son derece yıkıcı bir bedeldir; belli bir bitiş yeri olmayan, sıfırdan adeta sonsuza uzanan bu harcama alanı tam da erkekler göre bir yarışma ve müzayedede sahasıdır. Ve bu yarış, diğerk herkes pes edene kadar, kazanacak kişi tarafından attırılmaya devam etmek zorundadır (Özarıslan, 2016). Erkeklik yarışı böylece pavyonun başat mekan-pratiklerinden biri olarak ortaya çıkar.

### **3.2. ÇALIŞAN KADINLAR: KONSOMATRİSLER**

Bu çalışmanın merkeze aldığı Ankara pavyonlarında temsil edilen hegemonik erkekliklerin mekan içerisindeki kurulumları ve temsilleri açısından önemli rollere sahip konsomatris kadınlarla da görüşmeler yapılmıştır. Bu bölüm yapılan görüşmelerin sonucunda kadınların pavyonlardaki hiyerarşik konumlarını, konsomatrisliğin mesleki dinamiklerini, konsomatrisliğin bir meslek olarak günümüzde bu kadar fazla istihdam edilmesinin ardında yatan ekonomik ve siyasal nedenleri ve cinsiyetçi iş bölümünde kadın emeğinin statüsünü toplumsal cinsiyet olgusu üzerinden bir analize tabi tutarak açıklamaya çalışmaktadır. Bunlara ek olarak, kadınların

anlatıları üzerinden pavyonda temsil edilen hegemonik erkekliklerin analizi, Konsomatrisler ve Hegemonik Erkeklikler başlığı altında incelenerek, iki ayrı alt başlık halinde de toplanmıştır. Bu alt başlıklardan ilki; Konsomatrislerin Anlatıları üzerinden Müşteri Erkekler ve diğeri de Konsomatrislerin Anlatıları Üzerinden Patronlar Çalışan Erkekler şeklindedir. Bu bölüm ayrıca, bir meslek olarak konsomatrisliği ekonomi-politik nedenleri açısından ele almakta ve konsomatrisliğin pavyon kültüründe öznellik ve beden inşasıyla var edilen pozisyonunu incelemektedir. Öte yandan, ataerkil ahlak kodlarının hüküm sürdüğü mekanlar olan pavyonlarda ve cinsiyetçi iş bölümünde yönetilen konumda olan kadınların kurdukları öznellikler ve bedenlerin metalaştırılması irdelenmiştir.

### 3.2.1. Konsomatrisler ve Hegemonik Erkeklik(ler)

Bourdieu'nun "libido dominandi" adıyla tanımladığı kavram, erkeğin öncelikle diğer erkekler üzerinde iktidar kurma isteğinde iken, tali olarak kadın üzerinde egemenlik kurmanın sembolik mücadelesi içerisinde olmasına karşılık gelmektedir. (Bourdieu, 1997a: 215). Bu oyun alanlarında, kadınlara marjinal ama erkekliğin yapılandırılmasında belirli roller verildiği ifade edilir ve "hem yasal açıdan hem de gerçeklik itibarıyla bu alanlardan dışlanan kadınlar, izleyici rolüne, ya da Woolf'un da belirttiği gibi, erkeğe uymak zorunda kalarak... erkeği olduğundan büyük yansıtıcı ayna işlevine indirgenmişlerdir" (Bourdieu, 1997b: 203, akt. Onur ve Koyuncu, 2004: 33). Pavyon kültüründe, Bourdieu'nun da ifade ettiği gibi, libido dominandi etkindir; kadınlar hegemonik erkekliklerin birbirleri arasındaki egemenlik çatışmasının hem nedenleri hem de çoğu zaman sonucudurlar. Fakat böyle olmalarına karşın, aktif izleyiciler olarak hem hegemonik erkekliğin üretimine katkı sağlayan ve onunla uzlaşan hem de ona karşı farklı karşı-hegemonya üreten aktörlerdir. Erkeklerin libido dominandi alanındadırlar; eril çatışma nedeninin baskın sembolleri olarak ortaya çıkmaktadırlar. Peki böylesine etkin ve yine de ikincil konumda olan aktörler olarak konsomatrislere göre hegemonik erkeklikler nasıl tanımlanmaktadır? Bu sorunun cevabı iki ana başlık altında incelenerek, detaylandırılabilir.

#### 3.2.1.1. Konsomatrislerin Anlatıları Üzerinden Müşteri Erkekler

Konsomatrislerin anlatılarında müşteri erkekler, "aradığını bulamayan, bencil, özgüveni çok düşük, egoist erkekler" olarak tanımlanmaktadırlar. Onlara göre, müşteri erkek sahip olduğu ekonomik sermayenin kendisine sağladığı iktidar konumunu sürdürmekte ve daha fazla para harcayarak bu konumunu mekan içerisinde sağlama almaktadır;

“Dışarıda aradığını bulamayan, özgüveni düşük, egoist ve benciller erkekler bunlar... Evine 20 TL bırakmaz, ama burada gelip 2000TL’yi gözden çıkarır. Böylelikle adam olduğunu sanıyor işte. Ama adamlık bu değil...” Banu, 24, Konsomatris, (Miami Night Club, Maltepe)

Kadınlar, müşteri erkekler için söylemsel ve kurgusal bir ideal erkeklik tipolojisi üretmekte ve bu erkeklik tipolojisini metalaştırmaktadırlar. Erkekler ekonomik sermayeleriyle bu tarz bir mekânsal ideal erkeklik kimliğini soyut bir meta olarak adeta satın almaktadırlar. Erkekliğin bir meta olarak değer kazanması ve onun değerinin belirlenmesi ise, hem erkeğin sahip olduğu ekonomik sermayesi hem de mekan içi ritüeller ve kurallara uyum sürecinde merkezi öneme sahip sembolik sermayesinin temsil edilişiyle doğru orantılıdır (kaç koli konfeti patlattığı, kaç kadına sahne ve konsomasyon yaptığı, kaç garsona ne kadar bahşiş verdiği, pavyon jargonunu nasıl kullandığı, ne kadar “racon” bildiği vb. gibi). Öte yandan, müşteri erkek ekonomik sermayeye sahip olmasına koşut olarak, mekanda harcadığı bedelin fazlasını kadından talep etmekte (erotik ve cinsel bedene sahip olmayı istemekte) ve bu talebi karşılanmadığında belirli şiddet biçimlerine başvurmaktadır. Parayla sağlamlaştırdığı muktendir konumunu, karşısındaki kadından taleplerine itaat etmesini isteyerek pekiştirmektedir. Bu talebi reddediş, kadına yönelik mekan içi şiddet pratiklerinin uygulanmasının sebeplerinden birisidir;

“Para verince sanki onların kölesi olduğumu sanıyorlar. Oramı buramı elliyorlar, karşı koyduğumda da bana ağza alınmayacak derecede hakaretler savuruyorlar.” Tülay, 38, Konsomatris, (Yağmur Tavernası, Ulus, Çankırı Caddesi)

Öte yandan, pavyon kültüründe de olduğu gibi, güç ilişkileri eşitsiz olduğunda bir iktidar durumu ortaya çıkmaktadır. Buradaki iktidar kavramı en geniş anlamıyla, siyasi yapıların ya da devletin yönetilmesinin, politik anlamda tabi kılmanın dışında, gündelik yaşamda ve aile grubu kapsamında bireylerin diğer bireyler üzerinde eylemde bulunma hakkı olarak ele alınmaktadır (İnceoğlu ve Kar, 2003: 20). İktidar her yerdedir ve tüm ilişkilerde üretilmektedir. Foucault, iktidarın eşit olmayan ve devingen ilişkilerde ortaya çıkarak işlerlik kazandığına işaret etmektedir (Rigel vd. 2003: 99). Şiddet ise iktidarın esas niteliği, aracı ve başvurduğu son yol olarak, yine iktidarın ilkel biçimidir (Foucault, 2005: 73-74). Bir beden ya da şeyler üzerinde uygulandığında şiddet ilişkisi zorlar, büker, işkence uygular, tahrik eder ya da tüm olanaklara kapıyı kapatır (Foucault, 2005: 73). Öte yandan, bu şiddet ilişkisi erkeklik nezdinde düşünülürse, erkeklik toplumsal bir iktidar konumudur (Sancar, 2009) ve iktidarını temsil etmek ve pekiştirmek için çeşitli tahakküm mekanizmalarına başvurur. Şiddet ise bunlardan biridir. Erkekler sahip oldukları konumları gereği, konsomatrislere yönelik şiddet kullanma haklarına sahip olduklarını iddia etmektedirler. Ve konsomatrislerin de belirttikleri üzere, bu durum eril

mekan pratik olan pavyonda yeniden üretilmektedir. Öte yandan, konsomatrisin icra ettiği mesleğe yönelik ataerkil kodlarca uyarlanan algıya göre konsomatris hem erkeğin fantezi dünyasının doyurucusu hem de cinsel isteklerine koşulsuz itaat eden bir kadındır. Müşteri erkeğin taleplerinin kadın tarafından karşılanması gerektiğine yönelik, yine kadın üstünde bir baskı vardır. Buna göre kadınlar, iş saatleri dışında para karşılığı cinsel ilişkiye ya da mekan içerisinde bedenine yönelik cinsel tacize boyun eğmeye zorlanmaktadırlar.

Toffler güç ilişkilerinin şiddet, zenginlik, bilgi, kullanılarak diğerlerinin istenilen biçimde davranmasını sağladığını belirtmektedir (Toffler, 1990:14). Bu sömürenin istediği biçimde ama sömürülenin baskı altında şiddet uygulanarak istemi dışında kimi eylemleri gerçekleştirmesini sağlamaktır. Bu durum pavyondaki görece güçlü konumdakinin cinsiyeti ve ekonomik sermayesi nedeniyle, “üst” konumdakinin, “ast”tan beklentilerini karşılayan bir düzendir. Başka bir ifadeyle, sömürenin istekleri doğrultusunda ama sömürülenin baskı altında tutularak, şiddet uygulanarak, isteği dışındaki kimi davranışları gerçekleştirmesini zorla sağlamaktır (İnceoğlu ve Kar, 2010:20).

“Bazen ellerini iterim, bazen de mecbur kalırım, katlanırım. Dokunurlar orama burama... Benim işim sohbet etmek, ego okşamak. Ama müşteriler artık onlarla yatmanı, dışarıda görüşmeyi falan istiyor. Hakaretlerine bile boyun eğmemizi bekliyorlar.” Tülay, 38, Konsomatris, (Yağmur Tavernası, Ulus, Çankırı Caddesi)

Mekan içerisinde kadına yönelik bir diğer şiddet biçimi ise sözlü şiddettir. Kadınların çalıştıkları mekan ve o mekanda icra ettikleri iş referans alınarak, kadınlara yönelik özellikle erkekliğin kriz anlarında-talepleri karşılanmadığında, kadınlar erkeklere itaatkar davranmadıklarında- erkekler tarafından kadınlara yönelik şiddet içerikli bir dil kullanılmaktadır. Dildeki şiddet ise hegemonik erkekliğin pavyondaki temsilinde etken bir unsurdur. Bu şiddet dili, erkeğin para vererek konumunu meşrulaştırdığı sembolik bir üst-alt ilişkisini merkeze alan hegemonik bir erkeklik performansına katkı sağlamaktadır. Öte yandan, mekan içerisinde kadına yönelik fiziksel şiddet konsomatrislerin anlatılarına göre doğrudan yaşanmamaktadır. Çünkü müşteri erkekler mekan içerisinde kadına yönelik fiziksel şiddet kullanımı konusunda çoğu zaman köşeye sıkışmaktadırlar. Zira mekan içerisindeki kadınlara yönelik uygulayacakları fiziksel şiddetin bedelini ödeyeceklerini bilmektedirler. Nitekim Çalışan Erkekler başlığı altında da belirtildiği gibi, müşteri erkeklerin karşılarında kadınların mekan içi güvenliklerinden sorumlu bir erkek ordusu bulunmaktadır.

### 3.2.1.2. Konsomatrislerin Anlatıları Üzerinden Gazino Patronları ve Çalışan Erkekler

Çalışma için görüşülen konsomatrisler, patronlarını “ağabey” olarak tanımlamaktadırlar. Lakin mekan içinde yapılan gözlem ve mülakatlar sonucunda şunu belirtmek de mümkündür; her iki mekanda mülakat yapılan kadınların anlatılarına göre patronların onlar için ne anlam ifade ettikleri birbirinden farklıdır. Çalışma için gözlem yapılan Maltepe’deki Miami Night Club’ta iki tane ortak patron bulunmaktadır. Bu patronların kendi aralarında da görünür bir iktidar ilişkisi ve çalışanlarına yönelik temsil ettikleri ayrı iktidar konumları vardır. Bunlar kendilerinin de ifade etmiş oldukları üzere; “ağabeylik” ve “babalık” konumlarıdır. Patronlardan genç olanı ağabeylik, görece daha yaşlı olanı ise babalık rolünü benimsemektir. Ağabey konumunda olan patronun çalışanlarla olan ilişkisi, baba olan patrona kıyasla daha “samimi” görünmektedir. Baba patronun çalışanlarla olan ilişkisi daha yüzeyseldir ve baba patron ağabey patron kadar mekan içerisinde görünür değildir. Buna göre bu mekanda çalışan konsomatrislerden biri genç olan patronuyla ağabey kardeş ilişkisine sahip olduğunu ifade etmektedir. Şef garsonlar ve çalışan diğer erkekler ise hem arkadaşları hem de onların mekan içerisindeki güvenliklerinden sorumlu koruyucularıdır. Ulus pavyonunda çalışan başka bir konsomatrisin patronu ise şef garsondur. Konsomatrislerden biri patronuyla iş saatleri dışında zaman geçirebiliyorken, iş saatleri ve mekan içerisinde bu ilişki diğer zamanlara oranla daha resmi bir biçimde ilerlemektedir. Bu resmi ilişki, çalışma ortamındaki iş bölümünü de göstermektedir; tamamen yapılan işe ve müşteriye odaklı ve emir-komuta zinciri olan bir iş ilişkisidir.

Öte yandan, kadınlara yönelik sözlü ve cinsel şiddet konusunda mekan içerisinde bir “sarhoş adamın mektubu okunmaz” diskuru hakim görünmektedir. Dolayısıyla, patronlar ve erkek çalışanlar kadınlardan sözlü ve cinsel şiddet karşısında sessiz kalmalarını beklemektedirler. Mekan içerisinde kurulan ailevi ilişki ve ağabeylik ve babalık gibi korumacı otoriter konumları, ticari zihniyetle düştüğünde göstermelik kalmaktadır. Müşteriler tarafından çok aşırıya kaçılmadığı ve diğer müşterilerin huzurunu kaçırmadığı müddetçe, kadınlara yönelik müdahaleye göz yumulmakta ve kadınlardan taciz ve sözlü şiddete boğun eğmelerini beklemektedirler. Nitekim, sermaye sahipleri olarak patronlar ve müşteriler ve patronlar ve kadınlar arasındaki çoklu ilişkiyi yürüten ve aracı konumda olan çalışan erkekler, kadınlardan “mesleklerinin gerekliliklerini” yerine getirmelerini talep etmektedirler. Ataerkil mübadele kadınların patronları ve çalışan diğer erkeklerle olan ilişkilerinde doğrudan gözlemlenebilmektedir.

“Müşteriye iyi hizmette bulunmazsan, ‘dükkana müşteri kaybettiriyorsun’ diye, seni tuttuğu gibi kapının önüne koyar. ‘Müşteri bu, erkek adam, tabi dokunur’ diyorlar.” Tülay, 38, Konsomatris, (Yağmur Tavernası, Ulus, Çankırı Caddesi)

### 3.2.2. Bir Meslek Olarak “Konsomatrislik”

Konsomatris dilimize Fransızca’dan aynı anlamıyla geçen bir isimdir. Fransızca “*consommatrice*”; gazino, bar vb. eğlence yerlerinde müşteri ile birlikte yiyip içerek çalıştığı yere kazanç sağlayan kadın demektir.<sup>16</sup> Diğer bir ifadeyle; konsomatrisler, gazino işletmecilerinin mekanlarına gelen müşterilerle sohbet etmeleri için önceden kiraladıkları kadın çalışanlardır (Özarlan, 2016). Çalışmada görüşme yapılan konsomatris kadınlar, icra ettikleri mesleğin yurtdışında “profesyonel” bir meslek olduğunu belirterek, Türkiye’de önyargıyla tanımlandığı vurgulamışlardır;

“Konsomatrislik yurtdışında profesyonel bir meslek. Ama Türkiye’de çok kötü görülüyor.” Banu, 24, Konsomatris, (Miami Night Club, Maltepe)

Buna göre yurtdışındaki konsomatrislik mesleğine Japonya’daki “*kyabajo*”<sup>17</sup>’lar örnek olarak verilebilir. Japoncada “*Kyabakura (Hostess Clubs)*”<sup>18</sup> olarak adlandırılan eğlence mekanlarında çalışan kyabajoların mesleki tanımı da, Türkçedeki konsomatrislerinki gibi müşterilerle içki içen, onların eğlencelerine eşlik eden, şarkı söyleyen ve onları eğlendirerek çalıştıkları yere kazanç sağlayan kadın demektir.<sup>19</sup> Genel anlamda Japonya’da, yerel anlamda ise Tokyo’daki gece kulüplerinde olduğu gibi Ankara’daki gazinolarda da yevmiye sistemi işlemektedir ve çalışan kadınlar mekanlardan belli komisyon almaktadır. Öte yandan, Tokyo’daki Kyabajo’larda sıkı bir “dokunmama kuralı” (çalışan kadınlara her türlü fiziksel şiddet ve cinsel tacizin yasak olması) geçerliyken, Ankara’daki gazinolarda çalışan kadınlar çoğu zaman müşteri erkekler tarafından (ilerleyen bölümlerde konsomatris kadınların anlatılarından da anlaşılacağı üzere) sözlü şiddet, fiziksel şiddet ve cinsel tacize maruz kalmaktadırlar. Müşteriler tarafından kadınlara yönelik fiziksel şiddet, gazinoda çalışan erkekler ve patronlar tarafından ciddi bir biçimde önlense de, konsomatris kadınlar riskli bir çalışma ortamı içerisinde hayatta kalmak

<sup>16</sup>[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.580917ad55b1b4.52696829](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.580917ad55b1b4.52696829)

Erişim: 20.09.2017

<sup>17</sup> Ayrıntılı tanım için bakınız: <http://tr.urbandictionary.com/define.php?term=Kyabajo>

Erişim: 20.09.2017

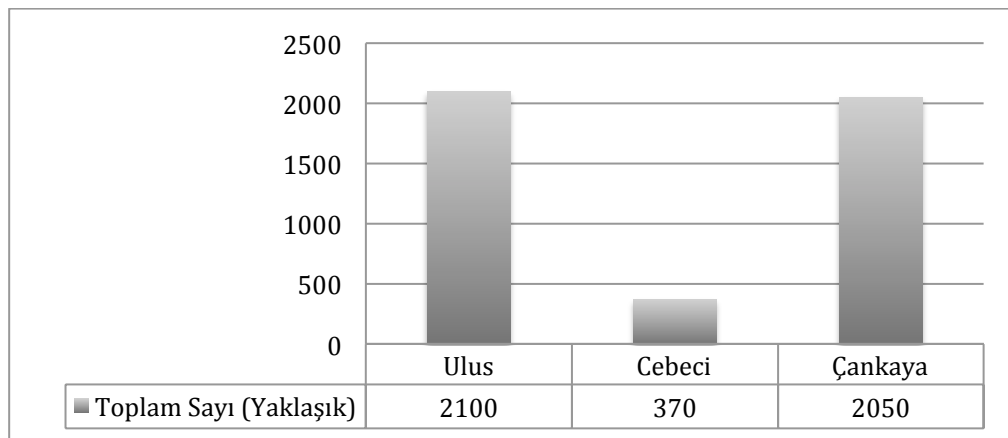
<sup>18</sup> <http://www.nytimes.com/1996/09/08/style/clubs-where-for-a-price-japanese-men-are-nice-to-women.html> Erişim: 20.09.2017

<sup>19</sup> Japonya’daki eğlence kültürünün ve erkekliğin ayrıntılı olarak yapılmış etnografik bir çalışması için bakınız: Allison, A. (1994) “Sexuality, Pleasure And Corporate Masculinity in A Tokyo Hostess Club”, The University of Chicago Press.

için hem yoğun bir bedensel performans sergilemek hem de yoğun bir duygusal emek vermek zorundadırlar. Zira konsomatrislerin anlatılarında altını ısrarla çizdikleri önyargı meselesi, toplum tarafından meşrulaştırılmış bir erkeklik kültürünün iktidarda olduğuna da tekabül etmektedir. Öte yandan, spesifik bir çalışma yaşamının risklerini ve ataerkil ahlak kodlarının hüküm sürdüğü toplumsal yaşamda konsomatrislik mesleğini icra eden bir kadının yaşadığı zorlukları dolaylı yoldan anlatır niteliktedir. Japonya'daki Kyabakura'larda çalışanların yasal haklarını temsil eden bir işçi sendikası bulunmasına karşın<sup>20</sup>, Türkiye'de spesifik olarak sadece konsomatris kadınların yasal haklarını temsil eden bir işçi sendikası bulunmamaktadır. Konsomatrislerin, Sosyal Güvenlik Kurumu tarafından tescil edilen sigortadan yararlanmaları sağlanırken, sigortalarındaki mesleki tanımları "garson" olarak geçmektedir. Fakat icra etmiş oldukları meslek, hizmet sektöründe çalışan herhangi bir garsonunkinden oldukça farklıdır.

Ankara pavyonları eğlence sektöründe oldukça yüksek oranda istihdam sağlayan iş yerleridir. Zira kadınların istihdamı konusunda pavyonlar standartlarına göre yüksek gelir sağlayan yerler olma özelliğine de sahiptirler. Gözlem yapılan Maltepe'deki pavyonda istihdam edilen konsomatris sayısı 50 iken, Ulus tavernasında istihdam edilen kadın sayısı 20'dir. Ankara ilinde faaliyet gösteren gazino/pavyon/tavernalar ve tele barlar da istihdam edilen kadınların sayısı genel anlamda bir hesaplama tabii tutulacak olursa, enformel sektörün bir parçası olan konsomatrisliğin, bu çalışmanın sahasındaki nicel verileri de oldukça yüksektir.

**Tablo.12 Ankara İlinde Faaliyet Gösteren Gece Eğlence Mekanlarında Konsomatris Olarak İstihdam Edilen Kadın Sayısı<sup>21</sup>**

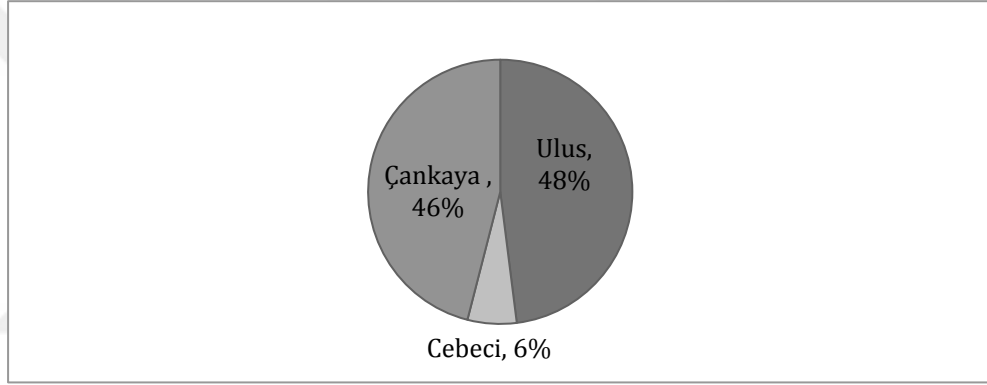


<sup>20</sup> <http://www.nni.nikkei.co.jp/e/fr/tnks/Nni20091202D02JF992.htm> Erişim: 20.09.2017

<sup>21</sup> Sayılar yaklaşık olarak verilmiş olup hesaplama bu yaklaşık değerlere göre gözlem yapılan mekanlardan elde edilen istihdam verileri baz alınarak yapılmıştır.

Öte yandan, Ankara ilinde faaliyet gösteren pavyonlar ve gazinolarda sadece Türk uyruklu kadınlar konsomatris olarak istihdam edilmemektedir. Bu çalışmada katılımlı gözlem yapılan Miami Night Club pavyonunun sahibi mekanda çalışan yabancı uyruklu kadınların çoğunluğunun Rusya, Moldova ve Ukrayna gibi eski Sovyet ülkelerinden geldiklerini belirtmektedir. Öte yandan Küba ve Etiyopyalı kadınlar da Ankara pavyonlarında konsomatris olarak çalışmaktadırlar. Ankara'nın yerel kültürünü referans alan eğlence biçiminin yanı sıra, yabancı uyruklu kadınlar, mensup oldukları kültürlere özgü yerel danslar da sergilemektedir.

**Tablo.13 Ankara İlinde Faaliyet Gösteren Gece Eğlence Mekanlarında Konsomatris Olarak İstihdam Edilen Kadın Oranı**



Zira Özarslan'ın da buna benzer bir şekilde yapmış olduğu alan araştırmasında (2016) görüşmüş olduğu Gürcü ve Dağıstanlı konsomatrislerin, yoksulluğu deneyimleme biçimleri, temelde Sovyetlerin dağılması sonucu ortaya çıkan iktisadi kaosla alakalıdır. Özarslan'a göre bu kadınların demografik hikayeleri birbirlerine benzemektedir. Kırsalda doğmuşlar, yaşamlarının belirli bir sürecinde borçlanmışlar ve borçlarını kapatmak ve bir kenara biraz para koyabilmek için Türkiye'de çalışmaya gelmişlerdir. Türkçeyi öğrenebilenler, fuhuştan daha az riskli görünen konsomatrisliği tercih etmişlerdir (Özarslan, 2016:139). Genel olarak Türkiye'de, özel olarak Ankara'da sohbet ve eğlence için pavyona gelen erkek müşteri için konsomasyon, kimi zaman hovardalık kimi zaman terapi ve kimi zaman da hayatın çilesi ve sıkıntısından kurtulmak anlamına gelirken, kadın için zamanı belirli bir miktar ile ölçülü hale getirerek zamanı metalaştırmak ve bu sayede gelir elde etmek demektir (Özarslan, 2016). Zamanı metalaştırmak ise bir bardak içecek için 10-15 dakika sohbet, bir şişe içecek için ise 30 dakika civarında müşterinin masasında oturmak demektir. Lakin kadınların ve erkeklerin pavyon içerisinde



içtikleri içkiler aynı miktarda bile olsalar, fiyatları birbirinden farklıdır. Erkek müşteriler için bir şişe bira 10-15 lira iken, erkek aynı içkiyi bir konsomatrise ısmarladığında, bu fiyat neredeyse iki katına çıkmaktadır. Zira kadının içtiği içecek içki değil aynı zamanda kendi yevmiesi ve çalıştığı mekanın da geliri demektir (2016). Buna göre gözlem yapılan Ulus pavyonunda konsomasyon ücreti 20- 25TL iken, Maltepe’de faaliyet gösteren bir pavyondaki konsomasyon ücreti 50-110 TL arasındadır. Ayrıca kadının yevmiesini alma biçimi onun gençliğine, güzelliğine, kendini şuh ve alımlı kılabilmesine bağlı olarak da değişmektedir (Özarslan, 2016:131). Öte yandan, kadınlar içtikleri ilk 5-6 içeceği çalıştıkları mekanlara bırakmaktadırlar. Bazıları da işyerine hiç içecek bırakmadıkları gibi hem kendi içeceklerinin parasını hem de patrondan belli bir yevmiye almaktadırlar. Bazı zamanlar da haftanın bir günü, genellikle Cumartesi geceleri sadece mekanın karına çalışmakta, içtikleri tüm içkileri mekanın kasasına bırakmakta ve sadece patrondan yevmiye almaktadırlar.

“Bu gece sadece dükkana çalışıyoruz. Bu gecelik yevmiyem de 115TL.” Tülay, 38, Konsomatris, (Yağmur Tavernası, Ulus, Çankırı Caddesi)

### 3.2.3. Konsomatrisliğin Ekonomi-Politik Nedenleri

Görüşme yapılan erkeklerin çoğunluğu kadınların konsomatrislik mesleğini icra etmelerinin nedenlerinin ard alanında, kadınların “kendilerince haklı” hikayeleri olduklarını ifade ettiler. Kimisi kadınların bu sektörde çalışma gerekçelerini yoksulluk ve mağduriyet hikayeleriyle bağdaştırdı. Fakat kimisi de –çoğu zaman kadınlar tarafından anlatılan- bu hikayelerin “kurmaca” olduklarını ifade ettiler. Zira, sıradan kadınları böylesine sıra dışı bir hayata mecbur eden şey, iyiliğin ve kötülüğün -ve belki de kurmacanın da- ötesinde kadınların sıradan yoksulluk hikayelerinin özneleri oldukları gerçeğidir (Özarslan, 2016). Bu çalışmada görüşme yapılan kadınların, konsomatrisliği icra etmelerinin en temel nedenlerinden birisi maddi geçimsizliktir.

“Her kadının kendince bir nedeni var. Benimse öyle trajik bir hikayem yok. Paraya ihtiyacım var, ailemden hiç destek görmüyorum. Maddi sıkıntılarım çok.” Yağmur, 24, Konsomatris, (Miami Night Club, Maltepe)

Özarslan’a göre konsomatrisliği yaygınlaştıran iki temel eğilim bulunmaktadır. Bunlardan ilki borçluluk, ikincisi ise reel sektörde, bilhassa tarımsal alanda daralmadır (2016: 134). Bunun yanı sıra, kadınların özneleri oldukları bu yoksulluk erken Cumhuriyet yoksunluğu veya 1970’li yılların gece konu döneminin kıt kanaat hanesinin yarattığı yoksulluktan oldukça farklıdır.

Dünyanın ve Türkiye'nin neoliberal dönüşümünde finans kapitalin giderek pozisyonunu derinleştirilmesi ve aileleri daha derinden borçlandırmasıyla ilgilidir. Dolayısıyla, kadınlar özelinde öncelikle yoksulluğun Türkiye'deki neoliberal biçimine, bu dönemin yoksulluğunun yaratılmasına en fazla katkı sağlayan kredi kartı borçlanmasına ve son olarak da borçluluğa dayalı yoksulluğun ve enformel sektörün özellikle varoşlarda yaşayan yoksul kadınlara mağduriyet ve faillik arasında nasıl bir öznellik yarattığını belirtmek önemlidir (2016:132). Bunun yanı sıra, konsomatrisliğin içinde bulunduğu çalışma yaşamı- ya da kadınların tabiriyle gece alemi- kazanılan paranın biriktirilmesi ve geleceğe yatırım yapma konusunda elverişsiz bir ortam da sunmaktadır. Mesleki olarak kadınların mekan içerisinde bakımlı görünmeleri zorunluluğu, kadınları mecburi olarak bitmeyen bir tüketime de yönlendirmektedir. Bu tüketim ise giderin gelirden çok olduğu bir maddi geçimsizliğin en önemli nedenlerinden biridir.

Konsomatrisliğin büyük şehirlerde büyük bir istihdam alanı olarak yaygınlaşması, ekonomi politik ard nedenleri, Türkiye'nin geçmişindeki ekonomik ve politik devirlerin yarattığı sonuçlar ve şu an içinde bulunduğu ekonomik konjonktür üzerinden ele alınabilir. Buna göre öncelikle şunu söylemek yerinde olacaktır; Türkiye'nin tarihi Cumhuriyet'in ilan edildiği 1923'ten değil de onun sosyo-ekonomik ve siyasal yapısına doğrudan etki eden Tanzimat döneminden başlatılırsa, denilebilir ki Türkiye toplumu değişik bağlamlar ve değişik sebeplerle de olsa hep yoksuldur (Özarlan, 2016:134). Lakin günümüzde karşı karşıya olduğumuz yoksulluğun ana hatları 12 Eylül darbesine sebep olan 24 Ocak kararları ve bunun siyasallaşması demek olan Turgut Özal'ın iktidarda olduğu yıllarda gerçekleşmiştir (Keyder, 1993). Bu dönemde kamu ve sosyal devlet olabildiğince daraltılmış (Toksöz, 2007), neoliberal muadilleriyle doğru orantılı olarak piyasa ve tüketim kutsanarak döviz serbest hale getirilmiş ve her türlü mamul maddenin ithalatı için gerekli düzenlemeler yapılmıştır (Keyder, 1993; Öniş ve Ercan, 2001; Özarlan, 2016: 134). 1990lı yıllar boyunca ülkeyi yöneten iktidarlar da 12 Eylül ve Özal rejiminin temelde kamunun ve sosyal devletin küresel neoliberalizme karşı daraltılması demek olan politikalarını olduğu gibi sahiplenerek ve 1990lı yılların sonu ve 2000li yılların başı boyunca, Türkiye'nin reel sektörlerini özelleştirmeler, taşeronlaştırma ve serbest bölge gibi müdahalelerle olabildiğince daraltmışlar ya da korunmasız bırakmışlardır (Kaplan, 2002; Öniş ve Alper, 2003). Bu müdahalelerin en yıkıcı sonuçları ise tarımsal alanda ortaya çıkmıştır (Keyder ve Yenil, 2011; Özarlan, 2016: 135). Dolayısıyla 1990lı yıllar boyunca tarımsal sektörde yaşanan daralma 28 Şubat 2001 krizinin ardından doruğuna ulaşmıştır. Tarımsal sektörde yaşanan bu daralma ise en fazla tarıma bağlı gelire ayakta duran taşra kırsal ailelerinin kadınlarını vurmuştur (2016:135). Zira kadınların formel sektörde en fazla istihdam edildiği alanlardan biri olan tarım sektörü, cumhuriyet tarihinde hiç olmadığı kadar dibe çökmüş ve böylece enformel

sektörün bir parçası olan gece hayatının gelişimi ile kırsalda tarımsal formel sektörün daralması ters orantılı olarak işlemiştir. Tarıma dayalı kırsal hanelerinin iflas eden üyelerinin büyük bir kısmı ise kentlerin varoşlarına yerleşerek düşük statülü işlerde çalışmaya başlamışlardır. Toplumsal yapıdaki bu derin değişim kırsalda kadın istihdamını ciddi oranda aşağıya çekmiştir. Fakat kentlere göçle birlikte formel kadın istihdamı kentlere aynı şekilde yansımamıştır (Tokgöz, 2007; Kadın Emeği Platformu (KEP), 2006;1994; Özarlan, 2016:135). Özellikle kentlerdeki enformel sektörün geniş alanı göz önüne alındığında, kadınlar arasında kayıtlı çalışmanın kentlerde yaygınlaşmadığı akademik alan çalışmalarıyla da kanıtlanan bir olgudur (Bora, 2012; Özyegin, 2001; Dinler, 2014). Öte yandan, Türkiye'nin enformel sektörünün (çocuk bakıcılığı, ev temizlikçiliği, parça başı iş) özellikle kentlerde yaşayan kadınlar arasında genişlediği belirtilmektedir. Özarlan'ın (2016:138) da yapmış olduğu etnografik çalışmada belirtmiş olduğu üzere, kırsalın iflas etmiş ailelerinin bir kısım mensupları, para kazanmanın nispeten kolay görüldüğü gece hayatına özellikle maddi imkansızlıklar yüzünden giriş yapmaktadırlar. Bunun yanı sıra, Türkiye'de enformel sektörün önemli bir bölümünü oluşturan eğlence/hizmet sektöründe istihdam olanakları, yakın dönemde köyden kente yaşanan göçle de daha fazla artmıştır. Buna göre kırdan kente yönelik göçün işgücü piyasalarına en önemli etkilerinden biri de; sektörler arası işgücü transferini sağlamasıdır (Tatlidil ve Xantahcou, 2002:9). Türkiye'de çoğunlukla kırdan kente ve kentten kente göçler yaşanmıştır. Buna göre, Türkiye'de sanayileşmenin gelişmesiyle de birlikte kentleşme oranı artmaya başlamış, göçlerde artış meydana gelmiştir. Bu artış ise 1950'li yıllara tekabül etmektedir.

1950'lerden itibaren yaşanan kapitalistleşme sürecinde sanayileşme ve tarımdaki hızlı makineleşme, kırsal alanda toprak nüfus dengesinin bozulması gibi nedenlerle, üretim dışı kalmış olan işgücü yeni geçim kaynakları elde etmek için büyük kentlere göç etmiştir. Toplumsal, ekonomik ve siyasal nedenlerden kaynaklanan iç göç hareketleri daha çok Türkiye'nin geri kalmış bölge ve kentlerinden daha gelişmiş bölge ve kentlerine doğru hareket etmektedir (Özer, 2004:24). Bu yıllarda göçler, sanayileşmenin ve kentleşmenin etkisiyle birlikte köyden kente doğru yoğunluk göstermiştir. 1980'lerden sonra ise göçler daha çok kentten kente doğru eğilim göstermeye başlamıştır (Koçak ve Terzi, 2012). 1950 yılında istihdam edilen nüfusun %84.8'i tarımda, % 8.4'ü sanayide ve %6.8'i hizmetler sektöründe iken (Biçerli, 2007); TÜİK verilerine göre Kasım 2008 döneminde istihdam edilenlerin % 25.8'i tarım, % 19.8'i sanayi, % 5,8'i inşaat, % 48.6'sı ise hizmetler sektöründedir.<sup>22</sup> Öte yandan

<sup>22</sup> Bakınız: TÜİK, Hanehalkı İşgücü Araştırması 2008, Kasım Dönemi Sonuçları, [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb\\_id=25&ust\\_id=8](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb_id=25&ust_id=8) Erişim: 25.09. 2017

ekonomik aktivite oranı da denilen, işgücüne katılma oranı göçün işgücü piyasalarına etkisi bağlamında önemli bir göstergedir. İncelenen dönemde toplam nüfusun işgücüne katılma oranı %55,19, erkeklerde %70,58 ve kadınlarda %39,58'dir. Şehirden şehire ve köyden şehire göç eden nüfusun işgücüne katılım oranı sırası ile %50,71 ve % 48, 66'dır. Bu rakamları 2000 yılında kentsel işgücüne katılım oranı olan %40,57 ile karşılaştırıldığında, göç eden nüfusun kentlerde işgücüne katılım oranını yükselterek, şehirdeki istihdam üzerinde bir baskı yarattığı sonucuna varılabilir. Şehirden şehire ve köyden şehire göç eden nüfusun işgücüne katılım oranı kadınlar için sırasıyla % 25,08 ve % 18, 53'dür (Bahar ve Bingöl, 2010). Enformel sektörün yarattığı büyük istihdam olanaklarına kadınların bu yoğun katılımı da, Ankara gibi büyük bir ilin eğlence sektörünün de aynı oranda genişlemesine etki etmiştir. Sermayenin tekelinin büyük kentler tarafından üstlenilmeye başlaması ücretli kadın emeği kullanımını artırmakla kalmamış, bu emek iş gücü piyasasında kalıcı olma özelliğini de kazanmıştır. Dolayısıyla kadınların emek kullanım biçimlerinde ve çalıştıkları alanlarda da çeşitlenmeler olmuştur. Ev dışında tam zamanlı işlerde çalışmaya yarı zamanlı işlerde çalışma eklenmiş, hizmet sektöründe çalışanların oranı sanayide çalışanların çok üzerine çıkmıştır. Zira geniş bir istihdam hacmine sahip hizmet sektörünün eğlence alanında çalışan kadın sayısına bakılacak olursa, ücretli kadın emeğinin bu sektördeki konumunun tartışmalı olduğu açıktır. Ecevit'e göre; Türkiye'de ücretli kadın emeğinin bugünkü konumu ve geleceği tartışılırken kullanılacak çerçeve sadece ihracata yönelik sanayileşmenin etkilerini değil, daha genel olarak, değişen ekonomi politikalarının ve yapısal uyum stratejilerinin tüm çalışan kesimler üzerine etkilerini gösterebilecek kadar kapsayıcı olmalıdır. Çünkü Türkiye'de bu politikaların sonucu oluşan yüksek enflasyon, artan işsizlik, buna bağlı olarak büyüyen enformel sektör ve artan gelir eşitsizlikleri, emeklerini kullanarak geçinen aileleri alternatif yaşam stratejileri geliştirmeye zorlamaktadır. Kadın emeğinin hem ücretli hem de ücret dışı formlarda kullanılması da bu stratejilerin eksenini oluşturmaktadır (1998: 284). Buna göre bu sektörde çalışan kadınların emeklerinin ücretlendirilmesi, çalıştıkları mekanların standartları, mekanlardan aldıkları yevmiye ve gösterdikleri performanslara göre de değişmektedir. Kapitalist sermayenin döndüğü ve arz/talep ilişkisinin yüksek seviyede işlediği bir hizmet sektörü olan gece hayatı da böylece emeklerini kullanarak geçinen ailelerin, kırsaldan büyük bir kente göçen ya da kent hayatının zorluklardan mağdur olan kadınların maddi geçimsizlikle mücadele etme alternatifini haline de gelmiştir. Zira gece hayatı kadınların günlük olarak aldıkları ücretler göz önüne alındığında bir alternatif yaşam stratejisi bağlamında değerlendirilirse cazip görünmektedir. Fakat gece hayatının bu maddi cezbediciliği her ne kadar kadının hayatta kalmak için verdiği mücadeleye itici güç sağlasa da, bu sektörün içinde olan sermaye sahipleri bu cezbediciliği ekonomik hegemonyalarını devam ettirmek adına da

---

kullanmaktadır.

Kırsalın ve taşranın, kentlere göç eden ve kentlerde yaşayan yoksul ailelerin kadınlarını gece hayatının enformel koşullarına sürükleyen şey yalnızca Türkiye tarımının ve reel sektörün çökmüş olması değildir. Bu etkenle bağıntılı olarak, iktisadi krizler sonucu iflas eden haneler ve dengesiz borçlanma, kadınların gece hayatına girişini tetikleyen etmenlerden biridir (Özarslan, 2016: 140). Öte yandan bu tarz eğlence mekanlarında çalışan kadınlar da sahip oldukları ekonomik sıkıntılar neticesinde –genellikle- mekan sahiplerine borçlanmaktadırlar. “Avans” olarak aldıkları borçlar için de senet imzalamaktadırlar. Gece hayatında çalışan kadınlar, çalıştıkları mekanlara borçlarını ödemek zorundadırlar. Başka bir mekanda çalışmak istiyorlarsa, bu borcun ya kendileri ya da çalışacakları mekanların patronları tarafından ödenmesi gerekir. Aksi halde kadınlar, borçlarını kapatana kadar o mekanda çalışmakla kısıtlanmışlardır. Öte yandan, bu sektörde çalışan her kadın patronuna borçlu değildir.

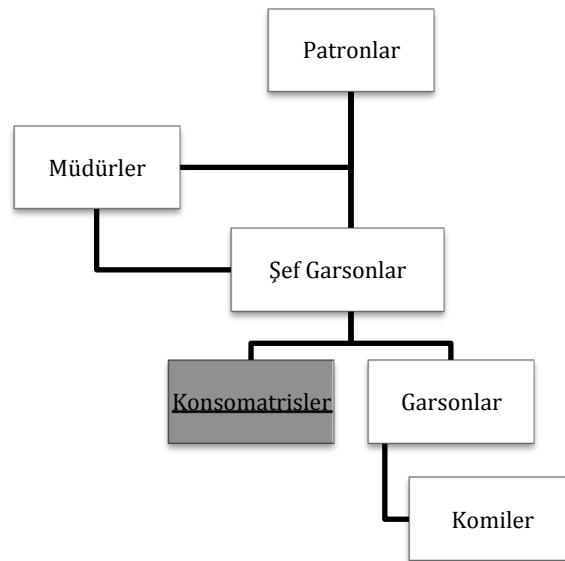
“Burada çalışan kadınların genelde avansları/borçları var. Mesela bir kadının bize 5000TL borcu var diyelim. Kadın bizden ayrılıp başka bir mekanda çalışmak istiyorsa, o mekana kadının bize imzaladığı senetleri yollarız. Eğer mekan kadının senetlerini bize öderse orada çalışabilir, ama ödemezse, kadın bize borcunu ödeyene kadar bizimle çalışmak zorundadır.” Volkan, 33, Gazino Patronu, (Miami Night Club, Maltepe)

Lazzarato’ya göre neoliberal kapitalizmin güncel durumu borçluluktur (Lazzarato, 2012: 20). Bu borçluluğun neoliberal kapitalizmin yeni amiral gemisi olmasının asıl sebebi piyasa lehine tüketimin körüklenmesi ve kredi kartı kullanımının yaygınlaşmasıdır. Öte yandan, kredi kartı borçlanmayı sonsuz ve otomatik bir hale getirmiştir. Kredi kartı sayesinde haneler daima gelirlerinden fazla bir borç döngüsü içerisinde tutulmaktadır. Ayrıca bu borçlanma öyle büyük boyutlardadır ki, yalnızca çalışanlar, memurlar, esnaflar, işsizler ve yoksullar değil, henüz doğmamış çocuklar bile borç batağının içinde görünmektedirler. (Lazzarato, 2012: 17-19, 32; Özarslan, 2016: 140). Formel sektörün daralması, tarıma dayalı toplumsal kesimlerin iflası, borçluluğun ve yoksulluğun derinleşmesi sonucu, özellikle kadınların enformel sektöre yönelmesi Türkiye’de şekillenen yeni iktidar ilişkileri ve etik durumunu özetler: Kapitalist neoliberal iktisat politikaları bir yandan insanları borçlandırıp formel sektörü daraltırken, bir yandan da özellikle hane halkı geliriyle finanse olan ve ailenin büyüğünün kararlarına dayanan kırsal patrimoniyal yapıyı da parçalamış, hane yapısını ve hane geliri kültürünü de ortadan

kaldırarak, özellikle kredi kartı aracılığıyla borçlandırmayı bireyselleştirmiş, toplumun her bireyini piyasa için ayrı ayrı muhataplar olarak tescillemeye çalışmış görünmektedir (Özarlan, 2016: 141). Buna göre, bu konuda, mekan içinde gazino patronuyla yapılan görüşme de Lazzarato'nun borçluluk etrafında iktidar ilişkilerini tanımlamasına örnek olarak verilebilir. Gazino patronu verdiği borcun bedeli kadar çalışan kadından hizmet beklemekte ve bu hizmeti mekan içerisinde sahip olduğu otoritenin sembolik temsiliyle birlikte her koşulda zorunlu kılmaktadır . Bu hizmet bedeli ilk olarak gün içerisindeki yoğun çalışma saatleri -yaklaşık 11 saat- ile tanımlanmaktadır. İkinci olarak da borcun kadından alınma biçimiyle tanımlanır; kadının gecelik çalıştığı paranın neredeyse %60'ı kesintiye uğramaktadır. Özetle, neoliberal yoksulluğun koçbaşı olan borçluluk ve enformelleşme- istihdam verilerini ve sektörün geniş hacminin değerlendirilmesi de göz önüne alınırsa- konsomatrisliği yaygınlaştırmaktadır. Yoksulluğun artması, göçün yarattığı ekonomik koşullar, ailevi kopuşlar ve kadınların kendi dertleriyle baş başa kalmaları ve tüm bu meseleleri çözmek için çareler aramaya başlamaları (Özarlan, 2016), enformel sektörün önemli bir bölümünü oluşturan parçası ve kapitalist sermayenin döndüğü iş yerleri olan pavyonlarda konsomatris olarak çalışmalarının nedenleri olarak sıralanabilir.

### 3.2.4. Mekan İçi Hiyerarşide Konsomatrisler

**Tablo.14 Konsomatrislerin Mekan İçi Hiyerarşideki Konumları**



Erkekliğin kurulduğu mekanlar olan pavyonlarda çalışan kadınlar, mekan içi erkeklik itibarının oluşturulması ve bu itibarın pekiştirilmesi konusunda kritik rollere sahiptirler. Öte yandan, kadınlar mekan içerisinde iş verenler tarafından sermaye araçları olarak konumlandırılmaktadır. Zira kadınlar, bu mekanların reklamının yapılmasına ve mekan içi kar marjının yükselmesine en çok katkı yapan aktörler olmalarına karşın, cinsiyetçi iş bölümünün işlediği pavyonlarda ve mekan içi hiyerarşi zincirinde alt ve yönetilen konumdadırlar. Mekan içerisinde böyle bir hiyerarşi zincirinin olması, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin- bu tarz mekanların işletme içeriği göz önüne alındığında da- iş yaşamındaki göstergelerinden birisidir. Kadınlar pavyonlarda bu tür bir mesleki hiyerarşi zincirinin altında yer alırken, yönetici ve sermaye sahibi pozisyonlarda erkekler bulunmaktadır. Pavyonlarda kapitalist sermayenin işletilmesi, kadınların emeklerinin, zamanlarının ve bedenlerinin metalaştırılması ve bunların belli bir mübadele biçimine sokulmasıyla mümkün olurken, bu işletme sürecinin karlıları yine erkeklerdir.

Toplumsal cinsiyet ayrışması bir meslek veya iş içinde bir defa kristalleştikten sonra işler cinsiyete göre sınıflanıp tanımlanmakta, bundan sonra piyasa üzerinde kuvvetli bir normatif baskı oluşturmakta, arz ve ücret koşulları değişse bile, kadınların erkeklerin yerini almasına karşı konulmaktadır. Öte yandan, belli mesleklerin veya işlerin toplumsal cinsiyet etiketlemesi ne kadar kuvvetli ise, bu oranda mesleki kimlikler ile cinsiyet kimlikleri de birbirinin içine girmektedir. Toplumsal cinsiyet temelli ayrışma ve ayrımcılığın aşamalarının olduğu ve her iki cinsten de çalışanın bulunduğu iş yerindeki iş bölümü incelenirse, kadınların en düşük statülü işlerde yoğunlaştığı, vasıfsız oldukları, yönetici görevlerde çok seyrek buldukları görülür. 1980'li yıllarda yapılan görgül çalışmalar da göstermektedir ki; toplumsal cinsiyet iş örgütlenmesini yakından ve derinden etkilemektedir. Bunlardan değinilmesi gereken en önemli görüş ise; iş yerinde yaşanan otorite ve kontrol süreçleri, otoriteyi kullanan ve kontrolü yapanlarla, bunlara konu olanlar arasındaki ilişkilerin toplumsal cinsiyet olgusuna göre ele alınmasıdır. Buna göre toplumsal cinsiyet bir iş yerindeki üretim ve üretim dışı her türlü ilişkiyi belirli derecelerde tayin etmektedir. Ecevit'e göre, Türkiye'de iş gücü piyasası ve emek süreci toplumsal cinsiyet ilişkilerinden bağımsız olmamakla birlikte, bu ilişkiler kadınların kapitalist piyasada ve emek sürecindeki ikincil konumlarını ve yine onların yeniden üretici rollerini, ataerkil ideolojinin ve sermayenin zorunlu koşullarının birer bileşkesi olarak ortaya çıkarmaktadır. Ücretli kadın emeğinin analizinde toplumsal cinsiyetin en çok kendini gösterdiği alanlar, iş gücü piyasasında toplumsal cinsiyet temelli ayrışma ve emek sürecinde yine toplumsal cinsiyet temelli ayrımcılıktır. Türkiye'de hem sanayide hem de hizmet sektöründe

toplumsal cinsiyet temelli ayrışma kendini çok açık biçimde göstermektedir (Ecevit, 1998: 265-271).

Bu bilgiler ışığında denilebilir ki; pavyonlardaki hiyerarşik sınıflandırma doğrudan toplumsal cinsiyet üzerinden yapılmaktadır. Öte yandan, pavyonlarda bu kategoriler haricinde kadınların hem bedensel performansın ve duygusal emeğin yoğun, erkeklerin de aynı şekilde bedensel performans fakat kapital yoğun işlerde yoğun olduğu söylenebilir. Kadınlar gecelik sergiledikleri performanslara göre –ve mekana kazandırma kotasının haftalık seyrine göre- değişen ücretler almaktadırlar. Borçları varsa borçlarının miktarlarına göre günlük yevmiyelerinden kesilen- ve çoğu zaman verdikleri emeği makul düzeyde karşılayamayan- ücretlere tabi tutulmaktadır. Çalışan erkeklerin ise düzenli bir maaşı ve bu maaş haricinde çoğu zaman aldıkları yüklü miktarlarda bahşişleri vardır. Erkekler pavyon içi hiyerarşide komilikten patronluğa kadar yükselebileme olanağına sahipken, kadınlar bu mekanlarda daimi olarak “yönetilen” konumdadırlar. Bu üst-ast ilişkisini takiben, konsomatrisliğin bir kimlik olarak toplumsal cinsiyete eklenmesi neticesinde, kadınların hem mekan içerisinde hem de toplumsal yaşamda ataerkil normlarca oluşturulan -çoğu zaman müşteriler, erkek çalışanlar ve patronları tarafından bile-etiketlemelere maruz kaldıklarını söylemek de mümkündür.

### 3.2.5. “Haftanın En Çok Kazandıran Kızı”

Kadınlarla yapılan görüşmelerden öğrenildiğine göre, pavyonlarda her hafta sonu “Haftanın En Çok Kazandıran Kızı” başlıklı bir liste asılmaktadır. Bu liste kadınların o hafta mekana kazandırdıkları miktarı göstermekte ve kazandırma kotasını aşan kadınların başını çektiği dinamik bir hiyerarşi zincirinin ana hatlarını çizmektedir;

“Dükkanda haftada bir liste asılır. Patronlar, hafta sonuna kadar en çok hangi kadın dükkana kazandırmış diye bakarlar. İki, bilemedin üç hafta listenin sonunda ol, kapıdasın. Atar işten. Öyle işliyor yani burası.” Tülay, 38, Konsomatris, (Yağmur Tavernası, Ulus, Çankırı Caddesi)

Bu liste geleneğince, patronlar kadınları zorunlu bir yarışa sokmaktadırlar. Bu durum aynı zamanda kadınları zor bir mesleğin icra edildiği cinsiyetçi bir rekabet ortamında kendi aralarında da hiyerarşik olarak bir yer kapma mücadelesine itmektir. Buna göre kadınlar zamanlarını daha fazla metalaştırmakta (daha fazla müşteriyle zaman geçirmek), bedenlerini daha yoğun performanslar için zorlamakta (daha fazla içki içmek, dans etmek, estetik



görünmek) ve daha fazla duygusal emek vermektedirler. Araştırma bulgularında da değinildiği üzere kadınların çalıştıkları mekanlara günlük kazandırma kotaları vardır. Eğer kadınlar gecelik olarak mekana kazandırma kotalarını dolduramazlar ve bu listede 2-3 hafta üst üste alt sıralarda olurlarsa, işten çıkarılma riskleri de bulunmaktadır. Bu stres kaynağı da kadınlara duygusal ve fiziksel açıdan zorluklar yaratmaktadır. Öte yandan, kadınların çalışan erkeklerle belirli bir ast-üst karşıtlığının bulunduğu yapısal hiyerarşi zincirinde tutunmak ve birbirleriyle zorunlu olarak giriştikleri rekabetin yarattığı dinamik hiyerarşi mücadelesinde galip gelebilmek adına geliştirdikleri taktikler vardır. Konsomatris öznelliği kavramıyla daha ayrıntılı olarak belirtileceği üzere, kadınlar içinde buldukları bu ikili yapısal ve dinamik hiyerarşi mücadelesini özellikle kendi anlatılarında, zor koşullarda hayatta kalma mücadelesi veren ve mental anlamda “güçlü ve gururlu” bir kadın öznelliği tezahürü üzerine bina etmektedirler. Bu zor koşullarda hayatta kalan öznenin galibiyeti ise özellikle “ekonomik özgürlük” olgusu üzerinden kurgulanmaktadır. Dolayısıyla ekonomik özgürlük, oldukça zor bir meslek olan konsomatrisliği icra eden kadının öznelliğini kuran çok önemli bir yapı taşıdır. Böyle bir ekonomik özgürlük üzerine bina edilen öznenin zafere gitme yolunda katlanması gereken zorluklar ve ödemesi gereken bedelleri de bulunmaktadır. Bu bedellerin ya da zorlukların başına çeken unsur ise konsomatrisliğin duygusal emek ve bedensel performans aracılığıyla oluşturulan mesleki ritüellerin toplamıdır.

### **3.2.5. Gece Aleminden Bir Kaçış Alternatifi: Evlilik**

Kadınlar bu çalışmada da belirttikleri üzere, her ne kadar gece hayatına alışkın olsalar da, bu hayattan kopmayı denedikleri bir dönem genellikle olmaktadır. Zira hem bu çalışmada kadınlarla yapılan mülakatlar sonucunda hem de Özarslan’ın çalışmasında da belirtildiği üzere; kadınlar ya kendi işlerini kurmayı deneyerek, ya evlenerek ya da her iki yöntemi birden zorlayarak gece hayatından çıkmayı denemektedirler (Özarslan, 2016: 143). Bu çalışma özelinde ise kadınlar için gece hayatından kaçış alternatifi bizzat onların anlatılarında da ifade ettikleri üzere; evliliktir. Fakat evlilik, görüşme yapılan kadınlar için “güvenli bir kaçış alternatifi” değildir. Kadınlar evlilik konusunda farklı düşüncelere sahiptirler. Bazıları için kaçış olarak yorumlansa da, bazıları için büyük risktir. Çünkü kadınların bir dönem konsomatris olarak çalışmış olmaları, özellikle aile içerisine girdikten sonra karşılaşılma olasılığının yüksek olduğu ataerkil ahlaki kodlarca üretilen söylemlerin hedefi olmaktan çekinmesinde etken bir unsur olarak değerlendirilebilir.

“Büyük konuşmak istemiyorum ama burada tanıştığım bir erkekle evlenmem ben. Evlenen arkadaşım oldu. En ufak bir tartışmada ‘ben seni pavyondan çıkarttım’ diyen

adam çok. Gururumu kırdıracağıma hiç evlenmem daha iyi.” Yağmur, 24, Konsomatris, (Miami Night Club, Maltepe)

Dolayısıyla konsomatrisin mesleki kimliğini hedef alan önyargı ve toplumsal etiketleme, onu ataerkil kodların yeniden üretildiği bir aile hayatında risk altına almaktadır. Bu noktada her iki görüşten de ortaya çıkarılabilecek bir sonuç vardır; kadınlar gece hayatından kaçış alternatifi olarak evliliği tercih ettiklerinde, ataerkil aile kodlarıyla ve toplumsal etiketlemelerle karşılaşmakta, sözlü ve fiziksel şiddet görmekte ve sonrasında gece hayatına geri dönmektedirler. Kadınların anlatıları sayesinde kavramsallaştırılabilecek “mücadeleci öznellik”, bu noktada devreye girmekte ve hayatın zorluklarıyla bir erkeğin şefkati ya da desteği olmadan da–ya tek başına ya da çocuğuyla- mücadele edebilen, ekonomik özgürlüğe sahip kadınlık anlatısı üzerinden şekillenmektedir.

### 3.2.6. Konsomatris’in Pavyon Kültüründe Öznellik ve Bedeni İnşası

Bourdieu’ya göre, kadınları, varlığı (*esse*), algılanan-varlık (*percipi*) olan sembolik nesnelere halinde oluşturan eril tahakküm, onları daimi bir bedensel güvensizlik, hatta sembolik bağımlılık halinde tutmak gibi bir etkiye sahiptir. Buna göre kadınlar, sıcakkanlı, çekici ve el altındaki “nesnelere” olarak her şeyden önce başkasının bakışı tarafından var edilir ve o bakış için var olurlar. Onlardan “kadınsı”, yani güler yüzlü, sempatik, dikkatli, itaatkar, ağırbaşlı, ölçülü olmaları beklenir, hatta kendi kendilerini geri plana atmaları da. Özellikle de “ego”nun büyütülmesi konusunda “dişilik” olarak isimlendirilen, gerçek ya da hayali eril beklentilere bir tür boyun eğmeden başka bir şey değildir. Sonuç olarak, başkalarının, özellikle erkeklerin de değil, bakışına yönelik bağımlılık ilişkisi, kadınların varoluşlarının yapıtaşı haline gelmeye başlar (Bourdieu, 2014: 84). Söz konusu durum, pavyonda kurulan konsomatris öznelliği ve bedeni için de geçerlidir. Fakat, her ne kadar konsomatrisler dışsal olarak bu bakılma-görülme durumu içerisinde dişil öznellik kursalar da, onlarla yapılan görüşmelerden farklı etmenlerle inşa edilen konsomatris öznelliği ve bedeninin var olduğunu söylemek mümkündür. Buna göre konsomatris öznelliğinin ve bedenin inşası bu bölümde alt başlıklar altında daha detaylı olarak incelenmiştir.

#### 3.2.6.1. Konsomatris Öznelliği

Kadınlar, tüm tehlikelerine rağmen öncelikle kendilerini gece hayatında değerli hissetmektedirler. Para kazanmaları onların özgüvenlerini pekiştirmekte ve böylece modernitenin onlara vaat edip gerçekleştiremedikleri “ekonomik özgürlük” anlatısına bağlanmış

olmaktadırlar. Dolayısıyla gece hayatı borçluluğun ve yoksulluğun mağduru olan kadınlar için bütün ahlaki görüşlerin ötesinde yalnızca ekmek kapısı değil, aynı zamanda özne olma imkanı da sunmaktadır. Zira, bu öznellik gece hayatında kadınların muktedir kişilere dönüşmesi anlamına gelmemektedir. Buradaki öznellikten kasıt; kadınların ev ve aile hayatının sınırlarını aşip, sosyal hayatın aktif oyuncularını olabilmeleri ve ekonomik özgürlüklerine kavuşmaları olarak öne sürülebilir (Özarslan, 2016).

Kadınlar, çalışma saatleri boyunca mekanda olmak zorundadırlar. Hangi müşteriyle ilgileyeceklerini kendileri seçememektedirler. Bunu şef garsonlar organize etmektedir. Çünkü müşteri erkekler mekân içerisinde şef garsonlar aracılığıyla kadınlara ulaşabilmektedirler. Dolayısıyla talep ilk olarak müşteri erkekten gelmektedir. Öte yandan, kadınların, iş saatleri ve çalıştıkları mekân dışında kendilerine ait sosyal ve özel yaşamları da bulunmaktadır ve yaşamlarında her bireye özgü olduğu gibi kendi bakış açılarına, tarzlarına, hak ve özgürlüklere sahip olduklarının da bilincindedirler. Mekân sınırları ve çalışma saatleri dışında, kendi hayatlarının kontrolünü ellerinde tutmaktadır kadınlar. Ayrıca mekân içerisinde giriştikleri iş ilişkisi dışında, müşterilerle dışarıda görüşmeye devam edip etmeme tercihine de sahiptirler. Zira, bu öznellik inşası konsomatrislerin tümüne genellenebilecek bir durum da değildir. Çünkü, her kadının kendisine ait bir yaşam tarzı ve öznellik inşası vardır.

“İzin günlerimde sinemaya giderim, kız arkadaşlarımla yemeğe giderim. Ben müşterilerle dışarıda görüşmem. Ama görüşmek istersem de ben seçerim. Zorla görüşme yoktur dışarıda.” Yağmur, 24, Konsomatris, (Miami Night Club, Maltepe)

Öte yandan, bu çalışmada öne çıkan bu öznellik inşalarının en önemlisi ise “mücadeleci öznellik” tir. Kadınlar, gece hayatı gibi zor ve belirli tehlikelere sahip bir alanda hayatta kalma mücadelesi vererek, külfetli bir hayatla savaşıyor güçlü bir özne söylemiyle öznellik inşa etmektedirler. Bu öznellik biçimi, özünde savaşıma ve direnme edimlerini barındırmakta ve kadınlara karşılaşılabilecek zorluklar karşısında hayatlarına devam etmeleri konusunda motivasyon sağlamaktadır.

### 3.2.6.2. Konsomatris Bedeni

Beden uzayda yer kaplayan bilinçli bireyin somut varoluşu olarak, salt bir fiziki mekanizma olmasının ötesinde, değişik özneler tarafından değişik amaçlarla yapılandırılmakta ve belirli bir bağlamın konusu ve malzemesi haline de getirilmektedir. Bedenin bu özelliğine örnek olarak Özarslan kendi çalışmasında (2016:114) Lyn Hunt'ın (2003) Fransız Devrimi ile ilgili bir

çalışmasında değindiği Marie Antoniette'in bedenlerini örnek olarak sunduğu çalışmasını verir. Hunt'a göre Marie Antoniette'in siyasi, pornografik ve mitolojik hayvanlara benzeyen, onlarla özdeşleştirilen değişik bedenleri vardır ve onun bu özdeşleştirilmiş bedenleri, salt fiziki bedeninin ötesinde siyasi malzemelerin somutlandığı, kurucu ve yıkıcı bir malzeme olarak Fransız siyaset tarihinde iş görmektedir. Özarlan buna benzer şekilde konsomatrise ait beden çoklu işlevinden bahsetmekte ve konsomatrisin bedenini Cinsel Beden ve Erotik beden olarak ikiye ayırmaktadır (2016:114). Gece hayatının kurulabilmesi için bu iki beden birbirinden ayrılması, ardından da bu ikisinin gece hayatıyla çok da yakinen ilgisi olmayan başka bir öznellik aracılığıyla birbirleriyle ilişkilendirilmesi gerekir. Zira konsomatrisi konsomatris yapan özelliği; ya da onun bir seks işçisinden ayrılan farkı, bedenini salt cinsel bir beden olarak yapılandırmayıp onu erotik kılması, cinselliği ise bir ihtimal olarak sınırlandırmasıdır (Özarlan, 2016:115). Bu bedenlerin oluşturulması, o bedenlerin nasıl kullanıldığı tarafından belirlenmektedir. Bu iki bedenden “erotik” olanı ahali için sergilenmektedir; kadının kendisini müşterilere karşı cinsel açıdan kapatması ve bedenini transparan gerçekliğin ardına hapsetmesiyle başlamaktadır. Bu transparan gerçekliğin ardına saklanmış olan ulaşılamaz beden ise kadının gösterdiği değil, göstermediği ve erişime izin vermediği bedendir. Bunu erotik kılan unsur da işte bu noktada açığa çıkar; fantezi görülenle değil görünmeyenle ilgilenir. Böylelikle konsomatris “erotik bedeni” sayesinde bedenini pornografik bir meta olmaktan kurtararak, onu erotik fantastik bir fetiş nesnesi haline getirir (2016: 115-117). Erotik beden pavyondaki somut temsilleri; dekolte giyimli ve makyajlı bir biçimde hareket halinde olan kadın bedenleridir.

Konsomatris erotik bedeni kendisi için kurar ama erotik bedenini besleyen cinsel bedenini kurmak için dış bir öznelliğe ihtiyacı vardır. Bu dış öznellik Özarlan'ın çalışmasında “yakışıklı” olarak tanımladığı, gece hayatıyla organik bir bağlantısı bulunmayan erkek tipolojisidir. Dolayısıyla konsomatrisin bedeni, ona sahip olma fırsatına erişebilen bir dış bir özneyi yaratır. Cinsel beden bu noktada, cinsel deneyime doyalımlanmış ayrıcalıklı bir pozisyonu sembolize eder (Özarlan, 2016:115). Öte yandan, Bourdieu'ya göre, dışi habitusun doğuşundan gerçekleşmesinin toplumsal koşullarına varıncaya kadar her şey dışi beden deneyimini, evrensel “başkaları için beden” deneyiminin en uç noktası haline getirmek için uğraşır; bu beden sürekli olarak başkalarının bakış ve konuşmaları tarafından uygulanan nesneleştirmeye maruz kalır (Bourdieu, 2014). Dolayısıyla konsomatrisin habitusu ve bedeni, eril mekan pratik olan pavyonda, öncelikle “öteki”, yani “erkek” için var olur. Fakat konsomatrisin bir kadın olarak toplumsal özne konumu, mekan içerisinde inşa edilen “başkası için var olma” ediminden farklı bir sembolik sermayeye sahiptir. Bu karşıt var olma biçimi,

konsomatrisin, toplumsal olarak inşa edilen kadınlık deneyiminin nüvesinde oluşur. Dolayısıyla konsomatrisin bir kadın olarak inşa ettiği öznellik de, bedenini sergileme saikiyle koşut olarak temsil edilir. Özetle, bu çalışma ekseninde konsomatrisin bedenleri Özarslan'ın erotik ve cinsel beden ayırımına dayandırılmaktadır. Müşteri erkekler tarafından kadınların hem erotik hem de cinsel bedenlerine erişme konusunda yoğun bir talep vardır.

### 3.2.6.3. Bedenlerine İşkence Çektiren Kadınlar

Kişinin kendi bedeniyle olan ilişkisi bir “beden imgesine”, yani bir eyleyicinin bedeninin toplumsal etkileri üzerinden edindiği ve özünde bedenin nesnel temsilden hareketle oluşan-aile üyeleri, yaşlılar gibi başka kişilerin gönderdikleri betimsel ve normatif geribildirimler<sup>23</sup> ve – “kendini gerçekleştirme”<sup>24</sup>, “kendilik görünümü”<sup>25</sup> veya “ayna kendilik”<sup>26</sup> gibi ilişkişel öznel temsillere indirgenemez. Bu tür bir model, böylesi bir etkileşim halindeki eyleyicilerin bedenlerine kazılı algılama ve değerlendirme şemaları biçiminde mevcut bulunduğunu göz ardı eder. Bir grubun kendi yapısının temel unsurlarını içine zerk ettiği bu tür şemalar en başından itibaren her eyleyici ile onun bedeni arasında bağlantı kurar, zira bedenin başkalarında uyandırdığı tepkiler ile temsiller ve kendisinin bu temsillere ilişkin kavrayışı da bizatihi bu şemalar uyarınca oluşmaktadır (Bourdieu, 2014:84). Dolayısıyla beden, Bourdieu'ya göre bu süreçlerden geçerek iki misli belirlenmiş olur; bir yandan görünüşte en doğal olan ne varsa<sup>27</sup> ona varana dek, farklı araçlar vasıtasıyla kendi üretim koşullarına bağlı olan toplumsal bir üründür; örneğin çalışma koşulları (özellikle meslek hastalıkları veya fiziksel deformasyon yoluyla) veya beslenme alışkanlıklarıyla şekillenir. Kapsamına, hem bedenin mutlak anlamda biçimi hem de onun nasıl taşındığı, hal, tavır ve duruş dahil edilen bedensel *hexis*'in “kişinin” gerçek “doğasını” yani “derindeki varoluşunu” yansıttığı farz edilir. Bunun ardında “fizik” ve “ahlak” arasında bir bağlantı olduğunu varsayan önerme bulunur. Bu önerme ise “psikolojik” ve “ahlaki” özellikleri bedensel ve fizyolojik göstergelerle ilişkilendirmeye imkan tanıyan pratik ve akılcı bir bilgi üretmektedir; ince ve parlak bir beden, bedensel şehvetin eril bir denetim altında olduğunun işareti olarak algılanır. Ancak aynı anda hem saklı hem de gerçek olanı açığa vurması beklenen bu doğal dil, aslında toplumsal kimliğin dilidir ve bu nedenle doğallaşmıştır (Bourdieu, 2014: 85).

<sup>23</sup> “*Feed-back*”. A.g.e.84

<sup>24</sup> “*Self-esteem*”. A.g.e. 84

<sup>25</sup> “*Self-image*”. A.g.e. 84

<sup>26</sup> “*Looking-glass self*”. A.g.e. 84

<sup>27</sup> Bourdieu'nun burada “doğal” olandan kastı; bedenin “*hacmi, uzunluğu, ağırlığı ve kas yapısı*”dır. A.g.e. 84

Bedene ilişkin pratik deneyim, toplumsal yapıların bedenselleştirilmesiyle ortaya çıkan ve bedenın başkalarında uyandırdığı tepkiler vasıtasıyla durmadan kuvvetlenen temel şemaların- ki tepkiler de bu şemalar tarafından yaratılır- kişinin kendi bedeniyle kalıcı bir ilişki inşa edebilmesinin ardında yatan ilkelerden biridir. Bedenin belli şekilde taşınması ve başkalarına takdim edilmesi, her şeyden önce, pratik anlamda deneyimlenen beden ile meşru beden arasındaki mesafeyi ifade eder; bunun da ötesinde, etkileşimlerin başarı şanslarının pratik bir ön belirleyicisi olduğu gibi bu şansların tanımlanmasına da katkı sunar<sup>28</sup>. “Yabancılaşmış beden” deneyiminin en mükemmel biçimi olan, bedenın rahatsızlık, sıkıntı, çekingenlik veya utanç ile deneyimlenmesi ihtimali, toplumsal olarak talep edilen beden ile başkalarının tepki ve bakışlarının dayatılması neticesinde bedenle kurulan pratik ilişki arasındaki orantısızlık ne kadar büyükse, o kadar büyük olur. Bu, cinsiyete ve toplumsal uzamdaki konuma fazlasıyla bağlıdır (Bourdieu, 2014: 86). Peki konsomatrisin bedeni ile olan derin ilişkiselliği, Bourdieu’nun beden konusundaki bu referanslarına dayandırılarak nasıl ifade edilebilir?

Buna göre, gece hayatında çalışanlar olarak, kadınlar riskli ve yoğun çalışma yaşamlarının yanı sıra yukarıda da belirtildiği üzere, günlük hayatlarını sürdürmeye çalışmaktadırlar. Dolayısıyla bunun için de bir öznellik oluşturmak zorundadırlar. Lakin konsomatris öznelliğinin sınırlarının bulunduğu gibi, bu öznelliğın bedene belli yansıma biçimleri vardır. Buna göre yoksul geçmişin yükü ve riskli gündelik hayatın tortusu özellikle kadınların bedenleri üzerinde derin izler bırakmaktadır. Bu izler aynı zamanda, kadınların öznelliğinin de sınırlarını simgelemektedirler. Bu sınır hattı, kısmen onların bedenlerine sinen kokular, kısmen de bedenlerindeki kavgaya yaraları, lohusalık, doğum, kaza veya falçata izlerinden oluşmaktadır (Özarlan, 2016). Dolayısıyla bu bölüm konsomatris öznelliğinin ve bedeninin bir araya getirdiği bütünselliği oluşturan bir eylem olan konsomatrisin “bedenine işkence çekirtmesi” pratiği üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu pratik, öznelliğın bedende sembolikleşmesi açısından düşünüldüğünde – ve alanda yapılan mülakatlardan da anlaşılacağı üzere- oldukça önemlidir. Kendi kişisel hikayelerinin bir bölümünü bedenlerine işkence çektirerek yapılandıran bazı kadınlar, geçmişin intikamını bir nevi kendi bedenlerinden çıkarttıklarını ifade etmektedirler. Öte yandan, bu izler, konsomatrisin bedeni üzerindeki kendi “öz-denetim”lerini eylediklerinin ispatı niteliğindedir. Bu izlerin çoğunluğu bileklerinde ve kollarında, yani bedenın görünür kalan kısımlarında bulunur. Yapılan görüşme ve gözlemler sonucunda, bu yara izleri konsomatrisin mücadelecı öznelliğın alt temsili olarak, yaşamında ne kadar acı çektiğinin bir dışa vurumu olarak sembolikleştirilebilir.

<sup>28</sup> Bourdieu’ya göre bunlar “güvenilirlik, özgüven ve rahatlık” gibi tarif edilen özellikler vasıtasıyla sunulur. A.g.e. 86

“Kendimi çok kestim...Özellikle cezaevinde çok kestim kendimi. Yalnız kaldığımda, elime ne geçtiyse, kör çatalarla kestim bileklerimi. Ben yaşadıklarımın dolayı kimseden hesap sormadım, “Niye yaptın?” bile diyemedim kimseye...Öyle bir şey ki bu, nasıl anlatayım? Kesiyorsun etini, kanın akıyor koyu koyu. Sanki zehrin akıyor, acı hissediyorsun elbette ama o acı rahatlatıyor seni. Pis kanı akıtıp, arınıyorsun sanki. Artık yapmıyorum, zaten kesilecek yer yok kollarımda. Dışarıdan görenler ‘nasıl bir kadın bu?’ diye soruyorlardır kesin... Ben kendimden hesap sordum, kimse ne yaşadığımı bilemez...” Hasret, 38, Konsomatris (Tempo Gazinosu, Ulus)

Öte yandan, konsomatrislerin anlatılarındaki öznellik inşasının belirli bir karşıtlıklar bütünü üzerinden ele alınması gereklidir. Buna göre, konsomatris öznelliğinin inşasına dahil olan birçok pratikten birisi bedensel işkencedir. Dolayısıyla konsomatris kadınlar psikiyatrik birer vaka olmanın ötesinde, özgün hayat hikayelerine sahip ve kendi öznelliklerini farklı pratikler aracılığıyla inşa eden bireylerdir. Sıradan yoksulluk hikayelerinin sıradan öznelere olarak genelleştirilen konumlarının ardında, onların her birinin bu sıradan yoksulluk hikayeleri içerisinde sıra dışı deneyimlere ve sıra dışı acılara sahip olan bireyler oldukları unutulmamalıdır. Belirli sebeplerden ötürü konsomatrislik mesleğini icra eden kadınlar, kendi bedenlerini nesneleştirmekte ve duygularını metalaştırmaktadır. Bu edimler de onları kendi bedenlerine karşı kimi zaman fazlasıyla yabancılaştırmaktadır. Bedeni nesneleştirerek onu dışarıdan müdahaleye açık bir hale getirmek (erkekler tarafından uğradıkları cinsel taciz gibi), kendi bedenlerinden kopmaya başlayan kadınların iç dünyalarında farklı yıkımlara neden olmaktadır.

Işık, Turner’ın iç beden ve dış beden ayrımını temel alarak, iç beden olarak ele alınan bedenin sosyal ve bireysel alışkanlıkların etkisi altında olduğunu ve bu etkilerin dış bedene yansıdığını belirtmektedir (Işık, 1998:155). İç beden, sosyokültürel birçok etkileşimin odağıdır (1998:159). Toplumdaki yerimiz bizi biçimlendirerek, öz benliğimizi, olanaklarımızı ve dünya görüşümüzü etkilemektedir (Andre, 1994:13). Nitekim, kadın bedeni üzerinde kurulan erkek iktidarı ve eril mübadele, erkeğin onun bedenini bir nesne olarak denetim altına almak adına taciz etmesi- fiziksel müdahalede bulunması- onun ruhunda(iç bedeninde) travma yaratmaktadır. Buna göre, kadının kendi bedeninde kesici aletlerle oluşturduğu kesikler ve yaralar, yaşadığı travmaların dış bedendeki dışavurumlarıdır (İnceoğlu ve Kar, 2010:29). Beden her yönüyle kişinin bir parçasıdır. Bedeni etkileyen şey kişiyi de etkiler (Andre, 1994: 17). Buna göre bedene acı çektirmek aynı zamanda bir öfke halidir (İnceoğlu ve Kar, 2010: 28). Acıyı deneyimleme, onun üstesinden gelebilme biçimi ise her birey için görecelidir. Dolayısıyla kadınlar yaşadıkları sıkıntıları, öfkeleri bedenlerine kazıyarak sembolleştirmektedirler. Kendi

bedenlerinden kopuş, ona izler bırakarak, her ne kadar tezat görünse de bedenin asıl sahibinin kendisi olduğunu temsil ettiği sembolik bir sahiplenme biçimi olarak da yorumlanabilir. İşkencenin 'aşırılıklarında' tüm bir iktidar ekonomisi gizlidir ve iktidar bir ayrıcalıktır (Foucault, 2013). Bu iktidar en özel biçimde özenin kendi bedenine yönelik davranışında ortaya çıkar. Bu davranışlar ise bedeni hakkındaki son karar merciinin kendisi olduğunu sembolikleştirirken, bedeni sahiplenmeye tezat pratikler uygulayan (uyuşturucu kullanmak, kendini kesmek gibi) farklı bir iktidar ekonomisi üzerine bina edilen bir öznellik olarak açıklanabilir. Özetle, konsomatrislerin Ankara pavyon kültüründe kurulan kadınlık, bir meslek olarak konsomatrislik üzerinden kurgulanmaktadır. Ve yukarıda da belirtildiği gibi, konsomatrisler konusunda araştırma bulgularının değerlendirilmesi, alanda yapılan mülakatların yorumlanması sonucunda alt başlıklar halinde sunulmuştur.





#### 4. BÖLÜM: SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Hegemonik erkekliklerin Ankara pavyon kültüründe inşasını açıklamayı amaçlayan bu nitel alan araştırmasının ortaya koymaya çalıştığı bulguya göre; eril bir mekân-pratik olan pavyonda tek bir hegemonik erkeklik inşası değil, birçok hegemonik erkeklik inşası bulunmaktadır. Alandan elde edilen veriler ışığında, Ankara pavyon kültüründe erkeklerin çoklu erkeklik performanslarıyla inşa edilmelerinin yanı sıra farklı iktidar alanlarına, sermayelere ve iktidar pratiklerine sahip oldukları gözlemlenmiştir. Bu çoklu erkekliklerin pavyon alt kültüründe hegemonya inşa süreçleri hem birbirlerinden ayrı olarak hem de birbirleriyle dönüşümsel olarak işlemektedir. Dolayısıyla Ankara'nın üç bölgesinde bulunan pavyon/gazino/taverna olarak hizmet veren ve “erkek eğlencesi” servis ederek popülerleşen mekânlarında yapılan katılımcı gözlem ve sahadaki üyelerle yapılan görüşmeler sonucunda, Ankara pavyon kültüründe tek bir hegemonik erkekliğin ve inşasının değil, çoklu hegemonik erkekliklerin ve inşalarının olduğu bu çalışmanın ana bulgusudur. Pavyon mekân- pratiğinde ve pavyon alt kültüründe belirli araçlarla inşa edilen ve kurumsallaşan hegemonik erkeklikler, kendi bütünsellikleri içerisinde yeknesak değil, aksine dinamik bir yapıdadırlar. Toplumsal sermaye- toplumsallaşmış öznellikler etrafında inşa edilen bu çoklu hegemonik erkeklikler, çoğu zaman girift alanlarda ve birbirleriyle dönüşümsel biçimde var olmaktadır.

Araştırmanın sonucuna göre, pavyondaki hegemonik erkeklikler üç farklı başlık altında incelenerek, her birinin birbiriyle olan etkileşimi tartışılmıştır. Buna göre, Ankara pavyon kültüründe ekonomik ve sembolik sermayeyle kurulan hegemonik erkekliklerin ilk grubunu gazino patronları oluşturmaktadır. Gazino patronları; ekonomik sermaye sahipleri ve mekândaki hiyerarşik zincir içerisinde en üst kademede olan kimselerdir. Mekândaki yönetsel iktidar alanına sahip olan patronlar, gözetleme, denetleme ve disipline etme edimlerine sahiptirler. Pavyonu bir tür “aile işletmesi” olarak adlandıran patronlar, yönetmekten sorumlu oldukları mekânlarında “mutlak egemen” rolüne sahiptirler. Öte yandan ataerkil rolleri kapsamında kendilerini çalışanlarının “babaları-ağabeyleri” ya da “reisleri” olarak kodlayan patronlar, adil yöneticilik ve hakkaniyet ilkesini gece hayatının altın kuralları olarak betimlemektedirler. Yine patronlar, kapitalist rekabetin kural koyucuları olarak erkeklik alt kültüründe, ekonomik sermayeleri aracılığıyla hegemonya inşa etmektedirler. Gece hayatının şiddet yönüyle değerlendirdiğimizde ise gazino patronlarının mafya ve şiddet ekseninde yine güçlü hükümdar rolüne büründüklerini söyleyebiliriz.

İkinci grup olan çalışan erkekler ise hiyerarşi zincirinin patrondan sonra gelen bir alt kademesinde bulunmaktadır. Gazino patronlarının şiddet kullanma yetkisi verdikleri bu erkek grubu; “egemen gücün polisliğini yapan” bir alt erkek grubu olarak pavyon kültüründe iktidar inşa etmektedir. Buna göre çalışan erkekler, özellikle sembolik sermaye ile kurdukları iktidar alanlarında, belirli tahakküm araçlarına sahiptirler. Çalışan erkeklerin başat hegemonya söylemleri; “kutsal emekçi” imgesine dayanan sembolik bir sermayeden üretilmektedir. “Avantadan para yiyen” olarak tanımladıkları bir diğer erkek grubu olan müşteri erkekler ile kimi zaman doğrudan, kimi zaman ise dolaylı olarak çatışmaya girmektedirler. Erkekliğin “ötekilik” üzerinden kurulduğu bir doğrultuda dinamik olarak ilerleyen çalışan erkeklerin hegemonik performansları, kendilerini ekonomik ve sembolik sermaye sahipliğiyle gece hayatında var eden öteki erkekliklere karşı uzlaşma ve çatışma stratejileri aracılığıyla kurgulanmaktadır. Konsomatrislerin ve genel olarak mekânın güvenliğinden de sorumlu olan çalışan erkeklerin fiziksel güce dayalı bir erkek bedeni üzerinden de inşa ettikleri hegemonyaları, onları aynı zamanda bir tür eril öznellik yaratma sürecine dâhil etmektedir. Dolayısıyla, hegemonya kurma araçları da onları gece hayatının koruyucuları olarak şiddet kullanma edimine sahip erkekler olarak var eder.

Üçüncü grup olan müşteri erkekler ise, pavyon içi hiyerarşi zincirinin dışında olan, fakat bu hiyerarşik yapılanmaya-özellikle kadınlar nezdinde- dolaylı yoldan etki ederler. Hem çalışan erkeklerle hem de kendi içlerinde sürekli bir rekabete dayalı iktidar çatışmasına girişirler. Büyük ölçüde ekonomik sermaye ile inşa ettikleri öznellikleri, onları aynı zamanda kurallı bir rekabetin hem öznelere hem de nesnelere haline getirir. Zafer- mağlubiyet döngüsünün başat aktörleri olarak kodlanan müşteri erkeklerin tahakküm pratikleri, çalışan erkekler ve konsomatrislere yönelik geliştirilir. Ekonomik sermayelerinin yapılandığı sembolik sermayeleri, onları gece hayatında şiddete başvuran diğer hegemonik erkeklik grubu olarak tanımlayabilir. Kadınlarla giriştikleri av-avcı oyunu, hem maddi hem de manevi bedel ödeten bir süreçtir ve aynı zamanda motive oldukları kaynaktır. Bu oyun aynı zamanda mekân içerisindeki tüm öznellere bir tür erkeklik rüştu ispat etme amacıdır. Öte yandan, eril bir mekân pratik olan pavyonda parayla kurgusal bir erkek kimliğini “satın almak”; diğer müşterilerle gönüllü olarak girişilen bir rekabette galip gelme hissiyatının sağladığı duygulanım ve konsomatrisin erotik bedenine sahip olma olanağı müşteri erkekleri cezbeden ve rızaya dayalı bir rekabete sürükleyen başat unsurlardır. Müşteri erkekler tarafından rızayla oynanan bir eril iktidar oyunudur bu. Lakin bu oyun sadece müşteri erkeklerle sınırlı değildir. Zira bu eril iktidar

oyunundan fayda sağlayan birçok aktör de bulunmaktadır. Bu rızaya dayalı oyunun aktörleri ekonomik sermaye ile iktidar alanlarında eril özerkliklerini ilan eden mşterilerken, gönüllü olarak oynan bu eril iktidar oyununu yöneten, kurallarını belirleyen ve oyunu gözetleyen kişiler gazino patronları; oyunun hakemleri ve şiddet kullanmaya yetkili olarak sembolik sermaye aracılığıyla hegemonya inşa edenler ise çalışan erkeklerdir. Oyunun araçları ise konsomatrislerdir ve onlar da bu eril mekân pratik içerisindeki oyunlara kendi direnme stratejileri ile dâhil olurlar.

Konsomatrisler ise Ankara pavyon kültüründeki hegemonik erkeklik temsillerinin inşa edilme sürecinde en önemli rollere sahip kimselerdir. Erkekliğin kadınlık konumuna tahakkümü referans olarak kurgulandığı bu eril mekânlarda çalışan kadınlar olarak konsomatrisler, hegemonik erkekliğin kurulumunda rol alan olmazsa olmaz kimselerdir. Zira pavyonlarda, fiziksel görünümüne ve zarslan'ın da (2016) tabiriyle “cazibesine” güvenen her kadın, konsomatris olarak çalışabilir. Gazino patronlarının da ifadelerinde olduğu gibi kendine güvenen her kadının pavyonda çalışması diskurundaki “*kendine güvenme*” edimi, dolaylı olarak bir kadının gece hayatında tutunması, bir özne olarak burada var olması ve konsomatrisliği sürdürmesinin ard yöresindeki zorluklarına da işaret etmektedir. Konsomatrisler de dolayısıyla bu tür zorluklarla baş etmek için karmaşık bir taktik sistemi kullanmaktadırlar (zarslan, 2016: 143). Zira bu karmaşık taktik sistemi konsomatrisliğin mesleki ritüellerini oluşturan elementler olarak da öne sürülebilecek duygusal emek ve bedensel performans unsurlarını içeriğinde barındırmaktadır. Konsomatrislerin ve hegemonik erkekliklerin birbirleriyle dönüşümlü olarak incelendiği bu araştırmanın sonucu, konsomatrisliğin ekonomi-politik ard nedenlerinden, konsomatrisin gece hayatında tutunma ve orada var olma mücadelesine farklı bir pencereden bakmaya çalışarak, konsomatris olarak bir kadının hem öznellik hem de beden inşasına odaklanmaktadır. Buna göre, gece hayatında çalışan kadınlar, hegemonik erkeklikler, kadınlık ve meslek hayatı üçlüsü içerisinde duygusal emek ve bedensel performans dolayımında bir kadın gerçekliği yaratmaktadırlar.

Günümüzde hizmet sektörünün öneminin artması, bu sektördeki rekabeti de beraberinde getirmektedir. Bu anlamda hizmetin kalitesi, müşteri memnuniyeti ve hizmet örgütlerinin amaçlarını gerçekleştirebilmesi, hizmeti alanlarla birebir ve çoğunlukla yüz yüze iletişimde olan çalışanların çaba ve gayretleri ile mümkün olabilmektedir. Doğal olarak duygular bu süreçte önemli olmakta ve bundan dolayı çalışanların duygularını da kullanarak, müşteri memnuniyetini

en üst seviyede tutmaları istenmekte ve beklenmektedir. Normal şartlarda duygu, soyut ve kişiye özel nitelikte olmasına rağmen, günümüzde adeta ekonomik değeri olan somut bir ürün haline gelmiştir (Özgen, 2010). Özellikle son yıllarda, hizmet sektörünün de hızla büyümesiyle “Duygusal Emek” birçok hizmet alanı ve mesleğin vazgeçilmez ve yaygın bir bileşeni olarak dikkat çekmektedir. Duygu ve emek kavramlarından hareketle, “insanın bilinçli olarak girdiği çalışma sürecinin, kendi iç dünyasında uyandırdığı izlenim” olarak nitelenebilecek bu kavram, örgütsel davranış ve onun alt disiplinlerinde yer alan araştırmacıların üzerine odaklandıkları bir konu olmaktadır (Basım ve Beğenirbaş, 2012). Asforth ve Humprey (1993) duygusal emeği, hislerin içsel yönetiminden ziyade, gözlemlenebilir davranış örüntüsü olarak ele almışlardır. Bunun yanı sıra, duygusal emek, kişilerarası etkileşim ve iletişim esnasında organizasyon tarafından gösterilmesi istenilen duyguların, çalışanlar tarafından sergilenmesi için harcanması gereken çaba ve bu çabayı planlama ve kontrol gereksinimleri olarak değerlendirilebilir (Morris ve Feldman, 1996). Ayrıca, bir başka bakış açısıyla duygusal emek, karşıdaki insanı anlamak için onun hareket, davranış ve sözel ifadelerinden alacağımız her türlü ipuçları ve belirtilere göre, gerçek duygularımıza önem vermeyerek ve hatta bastırarak gösterdiğimiz duygusal çalışma stratejisidir (Kleinman ve Coop, 1993). Yukarıdaki tanım ve bakış açılarından yola çıkarak, araştırmacılar arasında duygusal emek konusunda şu fikir birliğine varıldığını söylemek mümkündür: Duygusal emek, örgüt normlarına uymak ve uygun duygusal gösterimde bulunma beklentilerine cevap vermektir (Domagalski, 1999). Başka bir deyişle, çalışanların işlerini yaparken göstermeleri gereken isimsiz görevleridir (Mastracci, Newman ve Guy, 2006). Bu kapsamda değerlendirildiğinde, duygusal emek sergilemek için gösterilen performans, adeta mal olarak alınıp satılan bir eşya olarak görülebilir. Duygular görünmez ancak iş performansının artırılması bakımından önemli bir unsurdur ve değerlendirmelerde mutlaka göz önünde bulundurulmalıdır (Karabanow, 2000; Basım ve Beğenirbaş, 2012). Araştırmacılar duygusal emek kavramını ve onun alt boyutlarını daha iyi ortaya koyabilmek için çeşitli yaklaşımlar geliştirmişlerdir. Bu yaklaşımlar çerçevesinde, Hochschild (1979, 1983) çalışanların duyguları ile ilgili davranışlarını *yüzeysel rol yapma* ve *derinden rol yapma* olmak üzere iki boyutta ele almıştır. Yüzeysel rol yapmada, iş gören kurumsal ve mesleki gösterim kuralları çerçevesinde duygularını sahteleştirerek, onları gerçekten hissettiği duygulardan farklılaştırarak, karşıdaki müşteri ya da alıcıya yansıtır (Hochschild, 1983; Brotheridge ve Grandey, 2002). Başka bir deyişle, değişik sebeplerle gerçek hislerini maskeleyerek, dışarıya farklı duygusal gösterimlerde bulunur (Grandey, 2003). Derinden rol yapmada ise, iş gören içsel duygulara odaklanarak kendisinden istenen rolü bir aktör ya da aktrist gibi oynamak için çaba gösterir ve bu çaba neticesinde karşı tarafa duygularını aktarmaya çalışır (Hochschild, 1983; Brotheridge ve

Grandey, 2002). Bir anlamda derinden rol yapmada, çalışan kendini müşteri yerine koyarak ve empati kurarak hareket eder (Rupp vd., 2008; Basım ve Beğenirbaş, 2012).

Pavyonda istihdam edilen kadınların hayatları oldukça zor, riskli ve zahmetli görünmektedir. Çünkü sürekli olarak sarhoş erkeklerin fantezileri ve ataerkil patriarkanın ahlaki değerleriyle yüzleşmek zorundadırlar (Özarlan, 2016:132). Öte yandan, rekabetçi iş bölümünün olduğu pavyonlarda icra edilen konsomatrisliğin mesleki ritüellerinin içeriğine eklenen karmaşık bir taktik sisteminin pratikleri ise duygusal emek ve bedensel performanstır. Görüşmelerde ifade ettikleri üzere kadınlar, konsomatrislik mesleğini erkeklerin eğlencelerine eşlik ederek, onlarla içki içerek, onlara sohbet satarak, onların egolarını okşayarak ve onlara iltifat ederek icra etmektedirler. Bunlar, kadınların mesleklerini icra ederlerken verdikleri duygusal emeğin ve bedensel performansın hem birer taktik hem de birer mesleksel ritüel olarak birbirinin içerisine eklemendiğini göstermektedir. Kadınlar kendilerinden talep edilenlere çoğunlukla birer aktrist gibi yanıt vermekte ve müşterilerin erkeklik itibarına yönelik kanaatlerini de –yine bir taktik olarak- müşterilerin beklentilerine yanıt vererek olumlamaktadırlar. Zira burada olumlanan bir diğer şey de, *iltifat ve övgülere layık olan ideal bir tip erkekliğin* metalaştırılarak, yeniden erkeklere pazarlanmasıdır. Erkekliğin bir meta olarak pazarlanma stratejisi ise *ego okşama* ve *iltifat etme* yöntemleriyle işlemektedir. Yani konsomatrisler, genel olarak müşterilerin masalarında oturdukları zaman boyunca ataerkiyle bir pazarlığa girip, erkeklerin olmayı arzu ettikleri hayali karakterler üreterek bu karakterleri iltifatlar ve övgülerle bezeyerek erkeklere pazarlamaktadırlar.

Bu noktada Hochschild'ın rol kuramından referans verilebilir. Konsomatris, duygularını sahteleştirerek ve onları gerçekten hissettiği duygulardan farklılaştırarak, karşısındaki müşteri erkeğe yansıtır. Gerçek hislerini maskeleyerek, ilk defa karşılaştığı ya da bir süredir aşına olduğu erkeğe karşı farklı duygusal gösterimlerde bulunur. Öte yandan, içsel duygularına da odaklanarak kendisinden istenen rolü bir aktrist gibi oynamak için çaba gösterir ve bu çaba neticesinde müşterisine duygularını aktarmaya çalışır. Bu noktada konsomatrisin duyguları da üretilen erkeklik gibi adeta meta haline gelir. Dolayısıyla kadınlar hem kendi duygularını metalaştırmakta, hem de kurgusal bir ideal erkekliğin söylemsel üretimine katkıda bulunmaktadırlar. Buna göre görüşme yapılan konsomatrisler, mesleki ritüellerinin duygusal emek ve bedensel performans boyutunu ve ataerkiyle giriştiği pazarlıkları, bizzat uyguladıkları taktiklerle açıklamaktadırlar. Diğer taraftan, hegemonik erkeklikle yaptıkları pazarlık stratejilerini dolaylı yoldan açıklarken, müşterilerin kadınlardan duymayı talep ettikleri "*iltifatlar*" üzerinde özellikle durmaktadırlar.

Türkiye’de hegemonik erkekliğin inşasına odaklanan bu çalışmanın sonucuna göre, erkeklik belirli aşamalara sahip olan bir süreçtir ve her zaman çeşitli pratiklerle toplumsala kanıtlanması gereken bir olgudur. Türkiye’deki erkeklik inşa sürecinin bu araçlarla yapılandırılmasının nedeni ise modernizmle gerçekleşen yapısal dönüşümlerin toplumsal cinsiyet rejimini de büyük ölçüde yeniden şekillendirdiği tarihsel süreçlerde aranılabilir.

Türkiye’deki hegemonik erkeklik sürecinin ilk aşaması sünnetle başlar ve sünnet her ne kadar dini-kültürel ve geleneksel pratiklerle yapılandırılan ve Türkiye coğrafyasında yaşayan tüm erkekler için zorunlu olan bir toplumsal aşama olsa da, diğer aşamalar Türk modernleşmesi ile toplumsal değişimlere koşut olarak yeniden üretilmiştir. Nitekim Osmanlı’da “tebaanın bir üyesi olan erkek” ile erken Cumhuriyet modernleşmesini yaşayan “yurttaş” erkek arasındaki hegemonik erkekliğin inşa süreçleri ve erkekliğin toplumsal kabul tanımı birbirinden farklıdır. Dolayısıyla Türkiye’deki erkeklik inşa sürecinin sünnetten sonraki aşamalarını; mesela askerliği; “modern bir yurttaş olarak askerlik görevini yerine getirme”, iş sahibi olmayı; “modern-kapitalist rekabet piyasasında bir iş sahibi olabilmek” ve evliliği; “modern çekirdek ailenin reisi olmak” olarak yorumlamak mümkün görünmektedir. Çünkü bu faktörler bizlere eşitsiz toplumsal cinsiyet rejimini erkek lehinde kodlayan ataerkil yapının modernizmle olan işbirliğini gösterebilme potansiyeline sahip hususlar olarak değerlendirilebilirler.

Türk modernleşmesinin günümüzdeki ürünü olan modern-kapitalist sistemin bir ayağını dayandığı toplumsal cinsiyet rejiminde ise erkekliğin niçin daimi olarak kadınlıktan daha çok itibar gördüğünü anlamak için tarihsel süreçlere odaklanmak gerekir. Erkeklik ve modernizm arasında özellikle eğlence konusunda temellenen bağlantıyı daha sağlam kurabilmemiz için hegemonik erkekliğin bölgesel ölçekte Türkiye’de, yerel ölçekte ise Ankara’daki kapitalist eğlence piyasasında nasıl inşa edildiğine odaklanmak önemlidir. Genel anlamda modernizmle şekillenen erkekliğin, spesifik anlamda ise Türk modernleşmesinin modernleştirdiği erkekliğin inşa süreçlerine tarihsel perspektiften bakmak da bu açıdan yararlıdır.

Türkiye’deki hegemonik erkekliğin inşa sürecindeki aşamalar erkeklerin günümüzdeki toplumsal kabul ve farklı iktidar alanlarındaki değişimlere göre de şekillenmeye başlamıştır. Bu aşamalar her erkek için zorunlu kabul edilse de, farklı hegemonik erkekliklerin kurulmasının mümkün olduğunu gösteren farklı kültürel iktidar alanları da mevcuttur. Başka bir deyişle, bu çalışmanın merkezine aldığı hegemonik erkeklik(ler) ve eğlence konusunda, Türkiye’nin Ankara ilinde faaliyet gösteren, pavyon konseptinden farklı bir tür eğlence pratiği olarak seçen

bir erkeğin hegemonik erkeklik inşa süreçleriyle, eğlenmek için Ankara havaları çalan bir pavyonu seçen erkeğin hegemonik inşa süreçleri birbirinden farklıdır. Her iki farklı kültürel tabakada hegemonya kurma pratikleri de bu açıdan birbirinden ayrılmaktadır.

Hegemonik erkekliklerin bu çalışmada odağa alınan pavyon eğlencesi ile olan bağlantısı, modernizmle yeniden şekillenen kentin yine modern bir mekân-pratiği olarak öne çıkan modern eğlencenin erkeklik inşa süreçlerine nasıl eklemelendiği ve bu eklemelenmenin erkekliği kendi iktidar alanında, pavyon kültüründe hangi pratikler ve motivasyonlarla “hegemonikleştirdiği” açılmanmaya çalışılmıştır. Bunun için de öncelikle modern erkeklik, modern toplumsal yaşam ve Türk modernleşmesinin tarihsel süreçleriyle dönüşen eğlence pratiğini anlamak önemlidir. Zira Osmanlı’nın yıkılışından sonra kurulan yeni devletin modernleşme projesi Osmanlı’daki gibi örtülü ya da “kısmi” olmamış ve tüm alanlara kanalize olarak toplumsal cinsiyet rejimi, sosyalizasyon süreçleri ve siyasal temsillerde eskiye kıyasla radikal olarak yorumlanabilecek dönüşümlere yol açmıştır. Mutlak hükümdar rejiminin toptan kaldırılması ve politik söylemlerde Osmanlı gelenekselliğinin çağdışı olarak zikredilmesi, Batılı-modern erkeğin siyasal ve toplumsal sahneye çıkmasına vesile olmuş ve cumhuriyetçi söylemin “modern-Batılı-yurttaş” habitusunu yaratmasını da olanaklı kılmıştır. Buna göre Osmanlı kabadayısı/efendisi, cumhuriyet döneminde doruğa çıkan reformlar aracılığıyla şekillenen yeni ataerkilliğin modern imgelerine yenik düşmüş ve geleneksel Osmanlı ataerkilliğinin yerini yeni modern batılı ataerkillik almıştır.

Modern eğlenceyi diğer eğlence formlarından ayıran temel karakteristik ise onun metalaşmış eğlence formu dışında hiçbir eğlence formuna müsaade etmemesidir. Bu metalaşma formu ise 1950 ve 1960’lı yıllar Türkiye’sinin yüzünü batı olarak Amerika’ya dönmesiyle birlikte daha çok sabitlenmiş ve bütün eğlence metaları, taşrayı gözden çıkaran kentli zevkler olarak tasarlanmıştır. Bu dönemlerde cumhuriyetin başkenti fakat aynı zamanda da bir taşra olan Ankara’da modern eğlence anlayışı ise 1920li yılları kapsayan ilk dönem, 1930-1950 arasındaki yılları kapsayan ikinci dönem, 1930lardan sonraki imar planları ve faaliyetleri ile geliştirilen üçüncü dönem ve 1940’lı yıllarla kamusal yaşam sinema gibi kültürel etkinlikli eğlence mekânlarının açılmasıyla gelişmeye başlayan dördüncü dönem olarak incelenebilir. Özellikle bu yıllarda akşamları gece eğlencesi için kullanılmaya başlayan pavyonların sayılarında artış meydana gelmiş ve 1950- 1970li yıllarda Türkiye’de kapitalizmin nimetleri yaygınlaşmaya başlamıştır.

Enflasyonist politika tüketimi arttırırken, bürokrasinin eski maddi gücü azaltılarak ekonomik kazanç ve tüketim alanına yeni modeller sürülerek tüketim arttırılır ve tüketime karşı olan geleneksel muhafazakâr ideoloji de değişir. Pazarın bollaşmasıyla sayıca artan ve çeşitlenen eğlence mekânlarından kazanç sağlama payı da artar, 1950li yıllarda çay bahçelerinin çoğu içkili gazinolara dönüşür. 1970li yıllara gelindiğinde ise lokantalar fast food mekânlarına, çay bahçelerinin büyük bir kısmı da meyhanelere ve içkili gazinolara dönüşerek, bu gazinolar alaturka ve alafranga eğlence tarzı olmak üzere iki farklı eğlence biçimini barındıran mekânlar haline gelirler. Bu yıllardaki teknolojik gelişmelerle de sinema ve televizyon eğlence yaşamında odak olmaya başlar; televizyon zaman ve mekân engellerini kırarak, anında iletişim aracı olarak popüler kültürü yaygınlaştırır. 1980 sonrası dönemde ise popüler kültür bir kitle kültürü halini alır ve eğlencenin ölçęi, dünya üzerinde standartlaşma veya çok kültürlülük eğilimine girer. Böylelikle, eğlence mekânları küreselleşmenin nimetleri ile daha yoğun olarak kullanılır. 1990lı yıllardan başlayarak sermayenin küresel ölçekteki etkinliği ve bilişim teknolojilerinin gelişimiyle kentsel mekânda yaşanan değişimler, eğlence mekânlarında iletişim ve ulaşım ağlarının kullanılmasına da olanak sağlamıştır. Bu ağların yaygınlaşması ve eğlencenin sanal ortamlarda süregelmesi, çok kültürlü eğlence biçimleriyle birlikte bireysel olarak eğlenmeyi yönlendirirken, bu ortamlara uygun özel mekânların varlığını da gerektirmiştir. Ankara'da 1980li yıllarda gelişen bu yeni eğlence yaşamına, üst ve orta üst gelir grubu katılabilmiş, alt gelir grubu ise –hemşerilik, akrabalık, cemaat mensubu olma gibi- farklı kimlikleriyle oluşturdukları örgütlenmelerle, eğlence yaşamlarını geleneksel biçimlerle sürdürmüşlerdir.

Ankara'da modern eğlence anlayışı cumhuriyetin modernleşme projesiyle başlamıştır. Eğlence mekânlarının oluşumunda ve kentsel ölçekte yer seçiminde belirleyici olan etkenler farklı dönemlerdeki serbest ve zorunlu kültür değişimleri, iktidarın mekân üzerindeki hâkimiyeti ve toplumsal inisiyatifi, teknolojik gelişmeler, ekonomi politikaları ve bu politikalarla gelişen kentsel mekân üretim ve tüketimin mekâna etkileri gibi unsurlar, Ankara'nın eğlence hayatını değiştiren/dönüştüren etkenlerdir. Modernleşmenin başlattığı reformlara karşı geleneksel eğlence biçimlerinin muhafaza edilmesi de alaturka ve alafranga olarak iki farklı eğlence biçimini ortaya çıkarmıştır.

Günümüzde hâkim olan eğlence mekânları, toplumsal yaşam içerisinde belli kesimlerin kullanımına tabi tutulmuş ve eğlence içerikleri Türkiye'nin politik ve ekonomik süreçlerinde toplumsalla ilişkiyel biçimde dönüşerek, farklı tanımlarla günümüze kadar ulaşmıştır. Cumhuriyetle birlikte başlayan modernleşme hareketi, kentsel bağlamda özellikle eğlence



biçimlerini ve mekânlarını dönüştürmeye başlamış ve tarihsel ve kültürel süreçlerde de eğlence ve mekânların tanımlarında değişiklikler meydana gelmiştir. Diğer bir deyişle, Ankara’da faaliyet gösteren eğlence mekânları toplumsal yaşam içerisinde belli kesimlerin de kullanımına tabi tutulmuş ve eğlence tarzları Türkiye’nin politik ve ekonomik süreçlerinde toplumsalla ilişkisel biçimde dönüşerek, farklı tanımlarla günümüze kadar ulaşmıştır. Özellikle eğlencenin meta haline geldiği dönemlerden itibaren, kentsel ölçekte yukarıdaki bulgular da göz önüne alındığında, oldukça yüksek kar marjına sahip olan pavyonların modernleşme hareketiyle olan ilişkisi günümüzde değerlendirildiğinde, servis ettikleri eğlence tarzları, alaturka ve alafranga eğlence olarak ayrışmaktadır. Pavyondaki erkekliğin alt kültür olarak incelendiği bu çalışmada, genel anlamda pavyonların servis ettikleri eğlence biçimlerini bu ikili ilişki üzerinden değerlendirmek, erkekliklerin kurulumuna ve temsil edilişlerine dair ayrıntılı bir bakış açısı da kazandırmaktadır.

Pavyon eğlencesi erkeklikle ele alındığında terapötik, maddi götürüleri yüksek olsa da bağımlılık yaratan bir eğlence biçimidir. Bu konuyla bağlantılı olarak yerel bir kültürü ve o kültüre ait eğlencenin gelenekselliği muhafaza etme konusunda değinilmesi gereken önemli unsurlar da bulunmaktadır. Zira bu yerel kültürü muhafaza etme pratiği, alaturka ve alafranga eğlence biçimlerini daha çok geleneksel erkek değerleri üzerinden ele almakta ve pavyon eğlencesini bir alt kültür olarak “egemen” erkeklik kültürüne entegre etmektedir. Burada söz konusu olan alt kültür kavramının erkeklik ve pavyon kültürü ikiliğinde ele alınmasının önemli kıstaslarından birisi de, Connell’in çoklu erkeklikler önermesinden hareketle, tüm erkeklerin eğlenmek için pavyona gitmediğini, bir kısmının pavyonu bir hayat tarzının içerisine dâhil ederek, eğlence performanslarını kültürel değerlerle karıştırarak ayrı bir alt kültürü oluşturmalarıdır. Muhafaza edildiğine inanılan bu yerel kültürel değerler ise, aslında kültür endüstrisinin ürünleri olarak standartlaştırılmış bir düzlemde piyasaya sunulmakta ve tüketilmektedir. Muhafaza etme ise esasında belirli bir erkeklik kimliğini ve bu kimliğin ürünü olan geleneksel bir erkeklik performansını Ankara’nın yerel kültürüyle özdeşleştirerek temsil etme aşamasında başlar. Kültür endüstrisinin yerel bir eğlence performansını meta halinde piyasaya sunması, bu metanın reklamını yapan mekânlar aracılığıyla tüketen erkekler için de bir alt kültür yaratmaktadır.

Sonuç olarak, popüler kültür ürünü olarak eğlence ve boş zaman aktivitesi bağlamında erkeklik ile ele alınan pavyon eğlencesi, belirli imaj ve temsil setine sahip bir erkek tüketici grubu

tarafından alt kültür alanına doğru kaydırılmıştır. Erkeklik ve pavyon eğlencesinin alt kültür bağlamında incelenmesi ise bizi bu mekânlarda ortaya çıkan gündelik yaşam kültürünün oldukça karmaşık bir şekilde, kendisini değişik biçimlerde temsil ettiği sonucuna götürmektedir. Toplumsal aktörler olarak erkekler buralarda oyuncu performanslar aracılığıyla kurgusal sosyal statü, itibar ve rol edinmektedirler. Gerçekte herkesçe görülme ya da herkesçe açık olma hali bireyleri toplumsal kabul görme kıstaslarını dikkate almaya, onay görücü edimler ve temsiller içerisine girmeye ya da dramaturjik performans sergilemeye götürmektedir ve bu da mekânlarda temsiliyet bulan sosyalitelerin ve sosyal davranış örüntülerinin bir bakıma kurmaca, inşa olunmuş, toplumsalın baskısına yüksek oranda açıklıkla karakterize olmuş performatik gösterimler olduğunu göstermektedir. Erkekler pavyonlarda meta haline gelen kültür ürünlerini, yine metalaşan bir erkeklik kimliğinin performanslarıyla tüketmekte ve kendi alt kültür gruplarında bu şekilde sosyalleşmektedirler. Geleneksel Ankaralı erkek imgesinin Ankara'nın yerel jargonu ve gündelik yaşam pratikleriyle sabitlendiği, eğlence ve boş zaman pratiği olarak erkeklerin pavyonlarda sosyalleşme süreçlerine katılması, pavyon kültürünü bir erkeklik alt kültürü olarak inşa etmektedir. Öte yandan, pavyonlar kent yaşamının gündeliği, eğlence ve boş zaman pratikleriyle olan ilişkisellikleri bakımından ve zaman içerisinde uğradıkları politik, ekonomik ve kültürel dönüşümler neticesinde erkeklerin hem sermaye sahipleri olarak işlettikleri ve eğlence endüstrisinde ciddi bir iş gücünün oluşturacak biçimde çalıştıkları iş yerleri hem de eğlenmek için tercih ettikleri mekânlardır. Buna göre, erkeklere ait bir mekân-pratik olarak pavyonlar günümüzde "Ankaralı erkek" imgesinin de sergilendiği ve kendisine has özgün nitelikleri olan bu eril imgenin kültürel bir meta olarak tüketime sunulduğu popüler bir müzayede haline gelerek Ankara oyun havaları kültürü ile özdeşleşen bir erkeklik alt kültürünün oluşmasında önemli role sahip olmuşlardır.

## KAYNAKÇA

- Adorno, T. (2003). “Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken”, *Cogito* (36).
- Adorno, T. W. (2001). *The Culture Industry Selected Essays on Mass Culture*, Düzenleyen: J. Bernstein, Londra & New York: Routledge.
- Adorno, T. & Horkheimer, M. (1996). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. Çeviri: Özügül, İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Akay, A. (2002). *Kapitalizm ve Pop Kültür*. İstanbul : Bağlam Yayınları.
- Akca, E. & Ergül, S. (2014). “Televizyon Dizilerinde Erkeklik Temsili: Kuzey Güney Dizisinde Hegemonik Erkeklik ve Farklı Erkekliklerin Mücadelesi”, *Global Media Journal: TR Edition*, 4 (8).
- Akca, E. & Tönel, E. (2011). “Erkek(lik) Çalışmalarına Teorik Bir Çerçeve: Feminist Çalışmalardan Hegemonik Erkekliğe”, Düzenleyen: İ. Erdoğan, *Medyada Hegemonik Erkek(lik) ve Temsil* (s. 11-39) içinde. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Akgül, O. (2005). “Gözlem Tekniği”, *Seyahat ve Turizm Araştırmaları Dergisi* (5).
- Allison, A. (1994). *Sexuality, Pleasure And Corporate Masculinity in A Tokyo Hostess Club*. The University of Chicago Press.
- Arık, M. B. (2009). “İnsan ve Toplumunu bir Arada Düşünmedikçe Popüler Kültürü Tartışamayız”, *Medya ve Popüler Kültür* içinde. Konya: Literatürk.
- Aslanoğlu, R. (1998). *Kent, Kimlik ve Küreselleşme*. Bursa: Asa Yayınevi.
- Atay, T. (2004). “Erkeklik En Çok Erkekliği Ezer”, *Toplum ve Bilim* (101), 11-30.

Aydoğan, F. (2000). *Medya ve Serbest Zaman*. İstanbul: Om Yayınevi.

Ayhan, E. (2002). “Bir Dönemin Popüler İkonu Olarak Zeki Müren”, *Biyografya* (3), 43-99.

Aytaç, Ö. (2005). “Kapitalizm ve Boş Zaman”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (1), 1-22.

Aytaç, Ö. (2007). “Kent Mekanlarının Sosyo-Kültürel Coğrafyası”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 199-226.

Aytar, V. (2011). *İstanbul'da Eğlence*. Düzenleyen: V. A. Parmaksızoğlu. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Aytar, V. (2005). *Metropol: İstanbul*. İstanbul: L&M Yayınları.

Bahar, O. & Korkmaz, B. (2010). “Türkiye’de iç Göç Hareketinin İstihdam ve İşgücü Piyasalarına Etkileri”, *SDÜ İİBF Dergisi*, (2), 15, 43- 61

Balcı, A. (2005). *Sosyal Bilimlerde Araştırma*. Ankara: Pegem Yayıncılık.

Basım, N. & Beğenirbaş, M. (2012). “Çalışma Yaşamında Duygusal Emek: Bir Ölçek Uyarlama Çabası”, *Yönetim ve Ekonomi, Celal Bayar Üni. İİBF*, (19),1.

Bataille, G. (1997). “The Notion of Expenditure”, Düzenleyen: F. Botting, & S. Wilson *The Bataille Reader* içinde. Oxford: Blackwell Publish ltd.

Batur, E. (1999). “Cumhuriyet Dönemi Erkek Takıları, Erkek Aksesuarları”, *75 Yılda Değişen Yaşam Değişen İnsan* (s. 92-105) içinde. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.

Bauman, Z. (1998). *Sosyolojik Düşünmek*. Çeviri: A. Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Beken, M. B. (1998). “*Musicians, audience and power: the changing aesthetics in the music at the Maksim Gazino of İstanbul*”, University of Maryland: Dissertation of PHD.

- Belge, M. (1981). “Türkiye'de Günlük Hayat”, *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi* (Cilt 3) içinde. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Berktaş, F. (1999). “Cumhuriyet'in 75 Yıllık Serüvenine Kadınlar Açısından Bakmak”, Düzenleyen: O. Baydar, *75 Yılda Kadınlar ve Erkekler* içinde. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.
- Beşiroğlu, Ş. (2011). *İstanbul'da Eğlence*. Düzenleyen: V. A. Parmaksızoğlu, İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Biçerli, M.K. (2007). *Çalışma Ekonomisi*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Biddulph, S. (2002). *Manhood: An Action Plan For Changing Men's Lives*. Finch Publishing, 3<sup>rd</sup> Edition.
- Bora, A. (2012). *Kadınların Sınıfı*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bourdieu, P. (1997). *Toplumbilim Sorunları*. Çeviri: I. Ergüden, İstanbul: Kesit Yayıncılık.
- Bourdieu, P. (1997). “Eine Sanfte Gewalt. Pierre Bourdieu im Gespräch mit Irene Dölling und Margareta Steinrücke”, Düzenleyen: I. Dölling, & B. Kraus. *Ein alltägliches Spiel. Geschlechter Konstruktion in der Sozialen Praxis* içinde. Frankfurt: Suhrkamp.
- Bourdieu, P. (2006). *Pratik Nedenler: Eylem Kuramı Üzerine*, Çeviri: H. U. Tanrıöver, İstanbul: Hil Yayınları.
- Bourdieu, P. & Wacquant, L. (2003). *Düşünsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*. Çeviri: N. Ökten, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bourdieu, P. (2014). *Eril Tahakküm*. Çeviri: Bediz Yılmaz. Ankara: Bağlam Yayıncılık.
- Bozok, M. (2009). “Feminizmin Erkekler Cephesindeki Yankısı: Erkekler ve Erkeklikler Üzerine Eleştirel İncelemeler”, *Cogito*, (58), 269-284.

- Bozok, M. (2013). "Eleştiren ile Eleştirilenler Arasında Nazik Karşılaşmalar:(Pro) Feminist bir Yaklaşımla Trabzon'da Erkeklikleri İncelemek", *Fe Dergi*, 6 (1), 78-89.
- Brandes, H. (2002). *Der mannliche Habitus* (Cilt 2). Leske+ Burdrich, Opladen.
- Brotheridge, C. & A. Grandey (2002). "Emotional Labor and Burnout: Comparing Two Perspectives of People Work", *Journal of Vocational Behavior*, 60, 17-39.
- Butler, J. & Scott, J. (1992). *Feminists Theorize The Political*. New York:Routledge .
- Cantek, L. (1996). "Hacettepe ile Yenişehir Vesaireye Dair Hikayat", *Birikim*, 86-87.
- Carrigan, T., Connell, R., & Lee, J. (1985). "Toward a New Sociology of Masculinity", *Theory and Society*, 14 (5), 551-604.
- Cengizkan, A. (2000). "Nihat Yücel, Bir Mimar Plancı", *Arnedamento Mimarlık*, 7-8, 66-79.
- Certeau, M. vd. (1984). *The Practice of Everyday Life*. Berkeley, University of California.
- Collins, P. (1990). *Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness and the Politics of Empowerment*. New York ve London: Routledge.
- Collins, P. (1986). "Social Problems", *Special Theory Issue*, 33 (6).
- Connell, R. (1995a). *Maculinities*. Cambridge Oxford: Polity Press.
- Connell, R. (1995b). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Connell, R. (2000). *The Men and the Boys*. California: University of California.
- Connell, R. (2001). "Studying men and masculinity", *Resources for Feminist Research*, 43 (14).
- Connell, R. & Messerschmidt, J. (2005). "Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept", *Masculinities*, 7 (4), 347-364.

Copet-Rougier, E. (1989). "Le Mal Court: Başızsız Bir Toplumda Görünen ve Görünmeyen Şiddet: Kamerun'daki Mkakolar", *Antropolojik Açısından Şiddet* içinde, Çeviri:D. Hattatoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Cornwall, A. & Lindisfarne, N. (1994). "Discolating Masculinity- Gender, Power and Anthropology", Derleyen: A. Cornwall ve N. Lindisfarne *Discolating Masculinity- Comparative Ethnographies* içinde, London: Routledge.

Çağan, K. (2003). *Popüler Kültür ve Sanat*. Ankara: Altınküre Yayınları.

Çağlayan, H. (1994). *Türkiye 'de Sendikacılık Hareketleri İçinde Demokrasi Kavramının Gelişimi*. Editörler: Alpaslan Işıklı, Ankara: MEB Yayınevi.

Çakır, S. (1995). "Türkiye'de Kadın Tarihi Yazmak". Düzenleyen: Serpil Çakır (*Farklı Feminizmler Açısından*) *Kadın Araştırmalarında Yöntem* içinde, İstanbul:Sel Yayıncılık.

Çakır, S. & Akgöce, N. (1996). *Farklı Feminizmler Açısından Kadın Araştırmalarında Yöntem*. İstanbul: Sel Yayıncılık.

Çavdar, T. (1983). "Devralınan Sosyal Hayat", *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi* (Cilt 3, s. 828-835) içinde. İstanbul: İletişim Yayınları.

Çelik, N. (2001). "Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce", Düzenleyen: T. Gültekingil *Kemalizm* içinde, İstanbul: İletişim Yayınları.

Dedeoğlu, S. (2000). "Toplumsal Cinsiyet Rollerini Açısından Türkiye'de Aile ve Kadın Emeği", *Toplum ve Bilim* (86), 139-170.

Demetriou, D. (2001). "Connell's Concept of Hegemonic Masculinity: A Critique", *Theory and Society*, 30 (3), 337-361.

Demez, G. (2005). *Kabadayından Sanal Delikanlıya Değişen Erkek İmgesi*. Babil Yayınları.

Denel, S. (2002). "19. Yüzyılda Ankara'nın Kentsel Formu ve Konut Dokusundaki Farklılaşmalar", *Tarih içinde Ankara* , 129-152.

Deneys, A. (1996). *Erotizm ve Politika*. Düzenleyen: L. Hunt İstanbul: Kabalcı Yayınları.

Dinler, D.Ş. (2014). *İşçinin Varlık Problemi-Sınıf, Erkeklik ve Duygular Üzerine Denemeler*. İstanbul: Metis Yayınları

Domagalski, T.A. (1999). Emotions in Organizations: Main Currents. *Human Relations*, 52, (6), 833-852.

Donaldson, M. (1993). "What is Hegemonic Masculinity?". *Theory and Society*, 22 (5), 643-657.

Durakbaşı, A. & Cindioğlu, D. (2003). "Tezgah Üstü Karşılaşmalar", *Kültür Fragmanları Türkiye'de Gündelik Hayat*. Çeviri: Z. Yelçe içinde, İstanbul: Metis Yayınları.

Ecevit, Y. (1998). "Türkiye'de Ücretli Kadın Emeginin Toplumsal Cinsiyet Temelinde Analizi", *75 Yılda Kadınlar ve Erkekler* (s. 267-284) içinde, İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.

Eken, M. & Erdoğan, D. (2016). "Görsel Diplomasi ve Kadın İmgesi", Editör: Gaye Aslı Sancar, *Kamu Diplomasisinde Yeni Yaklaşımlar ve Örnekler* içinde, İstanbul: Beta Yayınları.

Elias, J. & Beasley, C. (2009). "Transnational Business Masculinities and Beyond Globalizations", *Hegemonic Masculinity and Globalizations*, 6 (2), 281-296.

Faludi, S. (1999). *Stiffed: The Betrayal of the American Men*. New York:Putnam.

Feri, S.& Bates, A. (2010). "Whats Entertainment? Notes Toward a Definition", *Studies in Popular Culture*, 1-20.



Foot, J. (2014). "Franco Basaglia and the Radical Psychiatry Movement in Italy:1961-1978", *Crit. Radic. Soc. Work.1*, 2 (2), 235-249.

Foucault, M. (2005 ). *Clare O'Farrel*. Australia: Sage Publications Queensland University of Technology.

Gençoğlu, A. Y. (2012). "Kapitalizmin Temel Nitelikleri Açısından Emeğin Konumu", *Hak-İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 1 (1).

Gollaher, D. (2000). *Circumcision: A History of the World's Most Controversial Surgery*. New York: Basic Book.

Gutmann, M. (1997). "Masculinity". *The Dictionary of Anthropology*, Derleyen: T. Barfield, Oxford: Blackwell Publishers.

Gültekin, N. & Onsekiz, D. (2005). "Ankara Kentinde Eğlence Mekanlarının Oluşumu ve Yer Seçimi", *Gazi Üniversitesi Müh. Mim. Fak. Der.*, 20 (1), 137-144.

Günver, G. (1990). "İzmir Türk Ocağı Faaliyetleri (1923-1931)", Yüksek Lisans Tezi, DEÜ Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü, İzmir.

Haraway, D. (1988). "Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective", *Feminist Studies*, 14 (3), 575-599.

Harding, S. (1987). *Is there any Feminist Method? Feminism and Methodology*. Indiana: Milton Keynes and Open University Press.

Hartsock, N. (1983). "The Feminist Standpoint: Developing the Ground for a Specifically Feminist Historical Materialism", *Discovering Reality: Feminist Perspectives on Epistemology, Metaphysics, Methodology, and Philosophy of Science*, Düzenleyen: Sandra Harding, Merrill B. Hintikka, Springer, Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.

Hearn, J. (2004). "From Hegemonic Masculinity to the Hegemony of Men", *Feminist Theory*, 5 (1), 49-72.

Hekman, S. (2007). Feminist Methodology. Düzenleyen: S. Tuncer & W. Outwaite, *The Sage Handbook of Social Science Methodology* (s. 534-546) içinde, Thousand Oaks: Sage Publications.

Hochschild, A. (1979). "Emotion, Work, Feeling Rules and Social Structure", *American Journal of Sociology*, 85 (3), 551-575.

Hochschild, A. (1983). *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: University of California Press.

Hollstein, W. (1988). *Nicht Herrscher aber kraftig. Die Zukurft der Manner*. Hamburg: VSA.

Hunt, L. (2003). "Writings on the Body of a Queen". A. Goodman, & E. Dena, içinde. New York: Routledge.

Işık, E. (1998). *Beden ve Toplum Kuramı, Öznenin Sosyolojisinden Bedenin Sosyolojisine*. İstanbul: Bağlam Yayınları.

Jefferson, T. (2002). "Subordinating Masculinity", *Theoretical Criminology*, 6 (1), 63-88.

Jenks, C. (2007). *Altkültür: Toplumsalın Parçalanışı*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Johnson, J. M. (2002). "In Depth Interviewing", Düzenleyen: F. Gubrium, & J. Holstein *Handbook of Interview Research Context & Method* içinde, London: Sage Publications .

Kandiyoti, D. (1997). *Cariyeler, Bacılar, Yurттаşlar*. Çeviri: Aksu Bora. İstanbul: Metis Yayınları.

Kandiyoti, D. (1988). "Modernizmin Cinsiyeti: Türk Modernleşmesi Araştırmalarında Eksik Boyutlar", Düzenleyen: S. Bozdoğan, & R. Kasaba. *Türkiye'de Modernleşme ve Ulusal Kimlik* (s. 99-117) içinde, İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.

Kandiyoti, D. (1998). "Eski ve Yeni Erkeklik Arayışları", *75 Yılda Kadınlar ve Erkekler* (s. 32-35) içinde, İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları .

Karabanow, J. (2000). "The Organizational Culture of a Street Kid Agency: Understanding Employer Reactions to Pressures to Feel, Emotions in the Work Place: Research" *Theory and Practice*.

Karaömerlioğlu, A. M. (2001). "Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce. Düzenleyen: T. B. Gültekingil", *Kemalizm* (Cilt 2) içinde, İstanbul: İletişim Yayınları.

Kılbaş, Ş. (2001). *Gençlik ve Boş Zaman Değerlendirme*. Adana: Anaca Yayınları.

Kimmel, M. (1993). "Invisible Masculinity", *Society*, 30 (6), 28-36.

Kleinman, S. & Copp, M.A. (1993). *Emotions and Fieldwork Newbury Park*. CA: Sage.

Koçak, Y. & Terzi, E. (2012). "Türkiye'de Göç Olgusu, Göç Edenlerin Kentlere Olan Etkileri ve Çözüm Önerileri", *KAÜ-İİBF Dergisi* 3, (3).

Kümbetoğlu, B. (2011). "Feminist Yöntem ve Kadın Çalışmalarına İlişkin Bazı Sorular, Sorunlar", Düzenleyen: S. Sancar, *Birkaç Arpa Boyu...21. Yüzyıla Girerken Türkiye'de Feminist Çalışmalar- Prof. Dr. Nermin Abadan Unat'a Armağan* (s. 475-503) içinde, İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

(2014-2018). *Küresel Eğlence ve Medyaya Bakış*. PWC.

Lazzarato, M. (2012). *The Making of The Indebted Man- An Essay on the Neoliberal Condition*. Los Angeles: Semiotext(e).

Mac on Ghail, M. (1994). *The Making Of Men: Masculinities, Sexualities and Schooling*. Buckingham: Open University Press .

Machiavelli, N. (2011). *Hükümdar*. Çeviri: N. Adabağ. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi.

Maral, E. (2004). "İktidar, Erkeklik ve Teknoloji", *Toplum ve Bilim* (101), 127-143.

Marcuse, H. (1975). *Tek Boyutlu İnsan*. Çeviri: A. Timuçin, & T. Tunçdoğan, İstanbul: May.

Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. Çeviri: O. Akınhay, & D. Kömürcü, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Mastracci, S.H & Newman, M.A. & M.E. Guy. (2006). "Appraising Emotional Work: Determining Whether Emotional Labor is Valued in Government Jobs", *American Review of Public Administration*, 36 (2), 123-138.

McCall, L. (1992). "Does Gender Fit? Bourdieu, Feminism and Conceptions of Social Order", *Theory and Society* (21), 837-867.

McCracken, G. (1988). *The Long Interview*. London: Sage Publications.

Meuser, M. (1998). "Geschlecht und Mannlichkeit", *Soziologische Theorie und Kulturelle Deutungsmuster*.

McNay, L. (1999). "Gender, Habitus and The Field: Pierre Bourdieu and the Limits of Reflexivity", *Theory, Culture, Society*, 16 (1), 95-117.

Micaud, Y. (1991). *Şiddet*. Çeviri: C. Muhatroğlu, İstanbul: İletişim Yayınları.

Mills, C. (1967). *The Sociological Imagination*. London: Oxford University Press.

Modleski, T. (1998). *Eğlence İncelemeleri: Kitle Kültürüne Eleştirel Yaklaşımlar*. İstanbul: Metis Yayınları.

Morris, J.A. & Feldman, D.C. (1996). "The Dimensions Antecedents and Consequences of Emotional Labor", *Academy of Management Review*, 21, 986-101.

Nalbantoğlu. (2000). "Cumhuriyet Dönemi Ankarasında Orta Sınıf", *Tarih İçinde Ankara*, 287-300.

Nicholson, L. (1995). "Interpreting Gender", Düzenleyen: L. Nicholson, & S. Seidman, *Social Postmodernism Beyond Identity Politics* içinde, Cambridge University Press.

- Onur, H., & Koyuncu, B. (2004). "Hegemonik Erkekliğin Görünmeyen Yüzü: Sosyalizasyon Sürecinde Erkeklik Oluşumları ve Krizler Üzerine Düşünceler", *Toplum ve Bilim*, 101.
- Özarslan, O. (2016). *Hovarda Alemi; Taşrada Eğlence ve Erkeklik*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özbay, C. (2010). "Neoliberalizm ve Erkekliğin Halleri", Düzenleyen: A. Öztürk *Yeni Sol Yeni Sağ* (s. 101-132) içinde, Ankara: Phonenix Yayınevi.
- Özbay, C. (2013). "Türkiye'de Hegemonik Erkekliği Aramak", *Doğu Batı*, 63, 185-204.
- Özdemir, N. (2005). *Cumhuriyet Dönemi Türk Eğlence Kültürü*. Ankara: Akçağ Yayınevi.
- Özer, İ. (2004). *Kentleşme, Kentlileşme ve Kentsel Değişme*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Özgen, I. (2010). *Turizm İşletmelerinde Duygusal Emek*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özpazarcık, İ. (1998). *Alaturka Hayatlar Alafranga Masallar*. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Öztürkmen, A. (1999). "Cumba'dan Rumba'ya Eğlence", *75 Yılda Değişen Yaşam Değişen İnsan Cumhuriyet Modaları* içinde, İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.
- Özyeğin, G. (2001). *Untidy Gender: Domestic Service in Turkey*. Philadelphia: Temple.
- Philaretou, A., & Allen, K. (2001). "Reconstructing Masculinity and Sexuality", *The Journal of Men's Studies*, 9 (3).
- Postman, N. (2006). *Amusing Ourselves to Death, Public Discourse in the Age of Show Business*. New York: Penguin Books.
- Püsküllüoğlu, A. (2003). *Türkçe Sözlük*. Ankara: Arkadaş Yayınevi .

- Ramazanoğlu, C. & Holland, J. (2002). *Feminist Methodology*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Rigel, N. (2003). *Kadife Karanlık: 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar*. İstanbul: Su Yayınları.
- Rupp, D. vd. (2008). “Customer (In) Justice and Emotional Labor: The Role of Perspective Taking, Anger and Emotional Regulations”, *Journal of Management*, (34), 5, (903-924).
- Sancar, S. (2009). *Erkeklik: İmkansız İktidar; Ailede, Piyasada ve Sokakta Erkekler*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Sancar, S. (2011). *Türk Modernleşmesinin Cinsiyeti; Erkekler Devlet, Kadınlar Devlet Kurar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Savran, G. (2004). *Beden Emek Tarihi*. İstanbul: Kanat Kitap Pusula Yayıncılık.
- Schmitt, C. (2006). *Siyasal Kavramı*. E. Göztepe, İstanbul: Metis Yayınları.
- Schrift, A. D. (1997). *The Logic of the Gift-Toward an Ethic of Generosity*. London&Newyork: Routledge.
- Segal, L. (1992). *Ağır Çekim Değişen Erkeklikler, Değişen Erkekler*. Çeviri: V. Ersoy, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Selek, P. (2008). *Sürüne Sürüne Erkek Olmak*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sennett, R. (2002). *Kamusal İnsanın Çöküşü*. Çeviri: S. D. Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Simmel, G. (2009). *Bireysellik ve Kültür*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Skeggs, B. (2004). “Context and Background: Pierre Bourdieu's Analysis of Class, Gender and Sexuality”, Düzenleyen: L. Adkins, & B. Skeggs içinde, *Feminism After Bourdiue*. Oxford: Blackwell.

Slater, D. (1997). *Consumer Culture and Modernity*. Oxford: Polity Press.

Smith, D. (1975). *Women's Perspective as a Radical Critique of Sociology*. 2017 tarihinde alındı.

Şan, M., & Hira, İ. (2007). Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi Eleştirisi. *Sosyoloji Yazıları 1* içinde, İstanbul: Kızılelma Yayınları.

Taşıtman, A. (2012). Kutsal Erkekliğin İnşasında bir Durak: Sünnet Ritüeli.

Tanrıkulu, D. (2005). Ankara'da Eğlence Yaşamı 1928-1938. *Mimarlık* , 85 (2-3), 22-27.

Tatlıdil, E., & Xantahcou, Y. (2002). Türk İşgücünün Yapısı ve Avrupa Birliği İstihdam Politikaları. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2 (2).

Tekin, H. (2006). Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme . *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 3 (13).

Tellan, D. (2016). Mekan, Eğlence ve Popüler Kültür İlişisini Değerlendirmek. *TRT Akademi, Eğlence Endüstrisi Sayısı,1* (1).

Toffler, A. (1990). *Powershift: Knowledge, Wealth and Violence at the Edge of 21th Century* . Bantam Books .

Toksöz, G. (2007). *Türkiye'de Kadın İstihdamının Durumu*. Uluslararası Çalışma Örgütü, Ankara .

Tunçay, M. vd. (1997). *Çağdaş Türkiye 1908-1980, Türkiye Tarihi 4*. Düzenleyen: S. Akşin, İstanbul: Cem Yayınevi.

Turan, D. (2011). *Mekan-Müzik İlişkisi Açısından Türkiye'de "Taverna"* . Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Müzik Bilimleri Anabilim Dalı, İzmir.

Turner, B.S. (1993). *Recent Developments in The Theory of the Body: Social Process and the Cultural Theory*, M. Featherstone. London: Sage Publications.

Türkyılmaz, M. (2015). Ankara'da Havuz Başları: 1923-1950. *Ankara Araştırmaları Dergisi* , 3 (1), 105-136.

Uzuner, Y. (1999). *Niteliksel Araştırma*. 2017 tarihinde, [www.s3amazonaws.com/academia.edu.documents/33842683/Niteliksel\\_Arastirma\\_Yaklasimi.pdf](http://www.s3amazonaws.com/academia.edu.documents/33842683/Niteliksel_Arastirma_Yaklasimi.pdf) adresinden alındı

Ünsal, A. (1999). Cumhuriyet'in Lokantaları. *75 Yılda Değişen Yaşam Değişen İnsan* içinde, İstanbul:Tarih Vakfı Yayınları.

Wallerstein, I. (2006). *Tarihsel Kapitalizm*. Çeviri: N. Alpay, İstanbul: Metis Yayınları.

Wolcott, H. F. (1994). Transforming qualitative data: Description, analysis and Interpretation. *CA: Sage*.

Wolf, D. (2009). Saha Çalışmasında Feminist İkilemler. Çeviri: D. Hattatoğlu, Editörler: D. Hattatoğlu, & G. Ertuğrul, *Methodos: Kuram ve Yöntem Kenarından* (s. 372-442) içinde, İstanbul: Anahtar Kitaplar.

Yırtıcı, H. (2005). *Çağdaş Kapitalizmin Mekansal Örgütlenmesi*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Zeybekoğlu, Ö. (2010). "Toplumsal Cinsiyet Rollerini Bağlamında Türk Toplumunun Erkeklik Algısı". *ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, 3 (1).



## EKLER

### Ek 1: Gönüllü Katılım Formu

Bu çalışma Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Anabilim Dalı Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları Yüksek Lisans Programı öğretim üyelerinden Doç. Dr. Aslıhan Öğün Boyacıoğlu sorumluluğunda yürütülen bir yüksek lisans tezi/ alan araştırmasıdır. Bu araştırma Ankara ilinde faaliyet gösteren pavyonlarda hegemonik erkekliğin mekânsal olarak nasıl kurulduğunu ve nasıl temsil edildiğini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Çalışma ve çalışmaya katılım gönüllülük esasına dayalıdır. Dolayısıyla gönüllü bir katılımcı olarak çalışmaya katıldıktan sonra istediğiniz anda vazgeçebilme hakkına sahipsiniz. Çalışmaya katılmaktan vazgeçtiğiniz anda bu durum size hiçbir sorumluluk getirmeyecektir. Gönüllü olarak katılacağınız bu çalışmada sizinle yapılacak olan görüşmelerde sizden kimlik belirleyici hiçbir bilgi istenmeyecektir. Öte yandan gönüllü olarak araştırmacıyla paylaşacağınız kişisel bilgileriniz (isminiz, mesleğiniz, vb.) tamamen saklanacak olup, sizinle yapılacak görüşmeden elde edilecek veriler takma isimler altında toplanacaktır. Görüşme, genel olarak kişisel rahatsızlık verecek soruları içermemektedir. Ancak, katılım sırasında sorulardan yada herhangi başka bir nedenden ötürü kendinizi rahatsız hissederseniz cevaplama işini yarıda bırakıp çıkmakta serbestsiniz. Böyle bir durumda görüşmeyi uygulayan kişiye, görüşmeyi tamamlamadığınızı söylemek yeterli olacaktır. Görüşme sonunda, bu çalışmayla ilgili her türlü sorunuz araştırmacı tarafından cevaplanacaktır. Bu çalışmaya katıldığınız için şimdiden teşekkür ederiz. Çalışma hakkında daha fazla bilgi almak için Sosyoloji Bölümü Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları programı öğretim üyelerinden Doç. Dr. Aslıhan Öğün Boyacıoğlu (Hacettepe Üniversitesi Sosyoloji Bölümü Tel: (00-90-312) 297 84 25, e-posta: [ogun@hacettepe.edu.tr](mailto:ogun@hacettepe.edu.tr) ) ve bölüm öğrencisi Deniz Erdoğan (Tel: 05336008972, e-posta: [denizerdgan@gmail.com](mailto:denizerdgan@gmail.com)) ile irtibata geçebilirsiniz.

***Bu çalışmaya tamamen gönüllü olarak katılıyorum ve istediğim zaman yarıda kesip çıkabileceğimi biliyorum. Verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlı yayımlarda kullanılmasını kabul ediyorum.*** (Formu doldurup imzaladıktan sonra uygulayıcıya geri veriniz).

Ad/Soyad

Tarih

İmza

----/----/----

## Ek 2: Mekan İşletmecileri/Sahipleri için Sorular

1. Kaç yıldır pavyon/gazino işletiyorsunuz?
2. Ortağınız var mı? Tek işletmeci/patron siz misiniz?
3. İşlettiğiniz mekanı tanımlayabilir misiniz? Hangi kurumlara bağlı olarak denetleniyorlar?
4. Ankara'da sizin işlettiğiniz mekanlar gibi bildiğiniz kaç tane eğlence mekanı bulunmaktadır? Yaklaşık bir sayı verebilir misiniz?
5. Ankara pavyonları nasıl mekanlar? Eskiden nasıldılar ve günümüzde nasıllar? Eskiye göre günümüzde değişim/dönüşüm geçirmekte midirler?
6. Müşterilerinize nasıl bir eğlence tarzı sunuyorsunuz? Açıklayabilir misiniz?
7. Fiyatlarınız nasıl? Piyasayla karşılaştırdığınızda ortalama bir değer verebilir misiniz?
8. Günlük/ Aylık cironuz ne kadar?
9. Mekanınıza kimler eğlenmek için gelir? Müşteri profilinizi tanımlar mısınız?
10. Mekanınızda kimler çalışır? Çalışan kadınların ve erkeklerin görev ve sorumluluklarını tanımlar mısınız?
11. Çalışanlarınız arasında hiyerarşi/rekabet var mıdır? Açıklayabilir misiniz?

12. Mekanınızda hiç şiddet olayı yaşandı mı? Bu konuda tedbirleriniz/aldığınız önlemler var mı? Varsa nelerdir?

13. Bu tarz bir eğlence mekanını işletmenin zorlukları var mıdır? Varsa nelerdir?



### Ek 3: Konsomatrisler için Sorular

1. Kaç yıldır bu mekanda çalışıyorsunuz?
2. Mesleğinizi tanımlayabilir misiniz? Kaç yıldır bu mesleği icra ediyorsunuz?
3. Bu mesleği icra etme sebepleriniz nelerdir? Mesleğinizi seviyor musunuz?
4. Mesleğinizin varsa zorlukları/avantajları nelerdir? Açıklayabilir misiniz?
5. Çalışma koşullarınızdan memnun musunuz?
6. Sizin gözünüzden patronunuz nasıl biridir? Size ve diğer çalışanlara karşı tavırları nasıldır?
7. Bu mekanda çalışan diğer kadın meslektaşlarınızla aranızda rekabet/hiyerarşi var mıdır? Varsa açıklar mısınız?
8. Erkek çalışma arkadaşlarınız nasıl kimselerdir? Tanımlayabilir misiniz?
9. Mekanda çalışan erkeklerle çalışma koşullarınız arasında far var mıdır? Açıklayabilir misiniz?
10. Kadın çalışanlarla erkek çalışanlar arasında hiyerarşi/rekabet var mıdır? Açıklayabilir misiniz?
11. Sizin gözünüzden bu mekana eğlenmek için gelen erkek müşteriler nasıl kimselerdir? Tanımlayabilir misiniz?

12. Çalıştığınız mekanda hiç şiddet olayına tanık oldunuz mu? Bu konuda mekan çalışanlarının ve işletmecilerin aldığı tedbirler var mıdır? Varsa nelerdir? Açıklayabilir misiniz?



#### Ek 4: Çalışan Erkekler için Sorular

1. Kaç yıldır bu mekanda çalışıyorsunuz?
2. Mesleğinizi tanımlayabilir misiniz? Kaç yıldır bu mesleği icra ediyorsunuz?
3. Bu mesleği icra etme sebepleriniz nelerdir? Mesleğinizi seviyor musunuz?
4. Mesleğinizin varsa zorlukları/avantajları nelerdir? Açıklayabilir misiniz?
5. Çalışma koşullarınızdan memnun musunuz?
6. Sizin gözünüzden patronunuz nasıl biridir? Size ve diğer çalışanlara karşı tavırları nasıldır?
7. Bu mekanda çalışan diğer erkek meslektaşlarınızla aranızda rekabet/hiyerarşi var mıdır? Varsa açıklar mısınız?
8. Kadın çalışma arkadaşlarınız nasıl kimselerdir? Tanımlayabilir misiniz?
9. Mekanda çalışan kadınlarla çalışma koşullarınız arasında far var mıdır? Açıklayabilir misiniz?
10. Kadın çalışanlarla erkek çalışanlar arasında hiyerarşi/rekabet var mıdır? Açıklayabilir misiniz?
11. Sizin gözünüzden bu mekana eğlenmek için gelen erkek müşteriler nasıl kimselerdir? Tanımlayabilir misiniz?

12. Çalıştığınız mekanda hiç şiddet olayına tanık oldunuz mu? Bu konuda bir mekan çalışanı olarak sizin ve mekan işletmecilerinin aldığı tedbirler var mıdır? Varsa nelerdir? Açıklayabilir misiniz?



## Ek 5: Müşteri Erkekler için Sorular

1. Pavyon nasıl bir eğlence mekanıdır?
2. Sizin bu tarz bir eğlence mekanını tercih etme sebepleriniz nelerdir? Açıklayabilir misiniz?
3. Pavyona gitme sıklığınız nedir? Haftada/ayda kaç kere gidersiniz?
4. Ankara ilinin Ulus, Cebeci ve Çankaya olmak üzere hangi bölgelerinde faaliyet gösteren mekanlara gidersiniz? Bölgeleri ve/veya mekanları tercih etme sebepleriniz nelerdir? Açıklayabilir misiniz?
5. Gittiğiniz mekanlarda çalışan kadınlar nasıl kimselerdir? Tanımlayabilir misiniz?
6. Gittiğiniz mekanlarda çalışan erkekler nasıl kimselerdir? Tanımlayabilir misiniz?
7. Eğlenmek için gittiğiniz bir mekandaki bir geceniz nasıl geçer? Neler yaparsınız, nasıl davranırsınız? Anlatabilir misiniz?
8. Gittiğiniz mekanlarda hiç şiddet olaylarına tanık oldunuz mu? Açıklayabilir misiniz?



## Ek 6: Ankara'da Hizmet Veren Gazinolar/ Pavyonlar/ Taverna vb. Eğlence

### Mekanları

ULUS (Çankırı Caddesi/ Rüzgarlı Caddesi/ Altındağ)	CEBECİ (Talat Paşa Bulvarı)	ÇANKAYA(Maltepe/Anıttepe/Tandoğan/ Akay/Kızılay/GMK ve Turan Güneş Bulvarı)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konak Gazinosu</li> <li>• Gazino Ahu</li> <li>• Gazino Renk</li> <li>• Kral ve Ben Gazinosu</li> <li>• Yükselen Gazinosu</li> <li>• Gazino Maks</li> <li>• Sayanora Gazinosu</li> <li>• Palmiye Gazinosu</li> <li>• Kristal Pavyon</li> <li>• Hasret Gazinosu</li> <li>• Biralem Pavyon</li> <li>• Gazino Flaş Show Pavyon</li> <li>• Elhamra Pavyonu</li> <li>• Deniz Kızı Night Club</li> <li>• 06 Klas Taverna Pavyon</li> <li>• Yeni Yörem Pavyon</li> <li>• Yeşilova Lale Gazinosu</li> <li>• Siyah Beyaz Gazino</li> <li>• Ankara Tempo Gazinosu</li> <li>• Flaş Show</li> <li>• Paris Gazinosu</li> <li>• Gazino Lale</li> <li>• Parlament Gazinosu</li> <li>• Antik Show Taverna</li> <li>• Santana Pavyon</li> <li>• Yağmur Tavernası</li> <li>• Pırlanta Gazinosu</li> <li>• Gazino Gülsaray Taverna</li> <li>• Kapadokya Taverna</li> <li>• Işıklar Taverna</li> <li>• Star Gazinosu</li> <li>• Köylüm Taverna</li> <li>• Barış Gazinosu</li> <li>• Yükselen Gazinosu</li> <li>• Hasret Gazinosu</li> <li>• Konak Gazinosu</li> <li>• Naz 1 Gazinosu</li> <li>• Naz 2 Gazinosu</li> <li>• Bizim Café Show</li> <li>• Gülsaray Show</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yalıkent Oyun Havaları</li> <li>• Gazino Parlament Show</li> <li>• Anatolia Gazinosu</li> <li>• Beyaz Saray Gazinosu</li> <li>• Gazino Kaderim</li> <li>• Cebeci Harem Gazinosu</li> <li>• Olivya Show Eğlence Merkezi</li> <li>• Dörtler Taverna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Layla Show Ankara Oyun Havaları</li> <li>• Reyna Show Ankara Oyun Havaları</li> <li>• Gazino Lalezar Night Club Ankara Oyun Havaları</li> <li>• Mega Show Ankara</li> <li>• 06 Ankara Pavyon</li> <li>• Göksu Paris Show</li> <li>• Yakut Night Club Ankara Oyun Havaları</li> <li>• Miami Night Club Ankara Oyun Havaları</li> <li>• Manilya Night Club Ankara Oyun Havaları</li> <li>• Monamour Night Club</li> <li>• Şehrazad Night Club</li> <li>• Marina Show</li> <li>• Şanzelize Night Club</li> <li>• Maksim Gazinosu</li> <li>• Fısıltı Night Club</li> <li>• Havana Night Club</li> <li>• Binbir Gece</li> <li>• Corte Night Club*</li> <li>• Altınkapı Night Club</li> <li>• Night Club</li> <li>• İnci Show</li> <li>• Sindoma Club</li> <li>• Başkent Night Club</li> <li>• Çankaya Night Club</li> <li>• Aura Line Night Club</li> <li>• Number One Night Club</li> <li>• Valentino Night Club</li> <li>• Vipon Night Club</li> <li>• Milano Gazinosu</li> <li>• Eğlengör Pavyon</li> <li>• Final Show</li> <li>• Barbi Show</li> <li>• Oscar Gazino</li> <li>• Can Kirvem Gazinosu</li> <li>• Can Gazinosu</li> <li>• Gökkuşığı Night Club</li> <li>• Contes Bar</li> <li>• Bacardi Club</li> <li>• Avlu</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"><li>• Maks Gazinosu</li><li>• Caf� Işıklar</li><li>• Bir Alem Show</li><li>• Uğurlar Gazinosu</li><li>• Canyurt Show</li><li>• Tanyeli Taverna</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>• Jubile Night Club</li><li>• K�bana Night Club</li></ul>
<b>TOPLAM</b>	<b>95</b>	



## Ek 7. Etik Kurul Komisyonu



T.C.  
HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ  
Genel Sekreterlik

Sayı : 76000869/ 433-1875

16 Mayıs 2017

### SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi: 03.05.2017 tarih ve 2928 sayılı yazınız.

Enstitünüz Sosyoloji (Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları) Anabilim Dalı yüksek lisans programı öğrencilerinden **Deniz ERDOĞAN**'ın **Doç. Dr. Ashhan ÖĞÜN BOYACIOĞLU** danışmanlığında yürüttüğü "**Ankara Pavyon Kültüründe Hegemonik Erkeklik Temsilleri**" başlıklı tez çalışması, Üniversitemiz Senatosu Etik Komisyonunun **09 Mayıs 2017** tarihinde yapmış olduğu toplantıda incelenmiş olup, etik açıdan uygun bulunmuştur.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. Rahime M. NOHUTCU  
Rektör a.  
Rektör Yardımcısı

Öğr. İşleri  
Yazınması Yapılan  
22.05.2017

## Ek 8. Tez Orjinallik Formu



HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
YÜKSEK LİSANS/DOKTORA TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

.....Sosyoloji..... ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA

Tarih: 13/02/2018

Tez Başlığı / Konusu: .....ANKARA PAVYON KÜLTÜRÜNDE FEYKELİKLERİN.....  
.....İNŞASI.....

Yukarıda başlığı/konusu gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 196 sayfalık kısmına ilişkin, 13.02/2018 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı %25'tür.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
- 2- Kaynakça hariç
- 3- Alıntılar hariç/dâhil
- 4- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orjinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

13.02.2018  
Tarih ve İmza

Adı Soyadı: Deniz FEDOĞAN

Öğrenci No: N1226344

Anabilim Dalı: Sosyoloji

Programı: KADIN VE TOPLUMSAL CİNSİYET ÇALIŞMALARI

Statüsü:  Y.Lisans  Doktora  Bütünleşik Dr.

**DANIŞMAN ONAYI**

UYGUNDUR.

Ashajin  
Dr. Dr. Ashajin Ögün Boyacıoğlu  
(Unvan, Ad Soyad, İmza)

