

SÖYLENTİ BAĞLAMINDA TOPLUMSAL DEĞİŞİME ÖRTÜLÜ TEPKİ

Implicit Reaction against Social Change in the Context of Rumour

Hami İnan GÜMÜŞ*

ÖZET

Bu yazıda toplumsal alanda yaygın dolaşım imkânı bulmuş bazı söylentilerin toplumun değişime daha az eğilimli ve muhafazakâr değerlere daha çok sahip çıkan kesiminin görüşlerinin toplumsal alanda yeniden üretilmesindeki rolüne göz atılmaktadır. Türk toplumunun bu kesiminin değişim karşısında aldığı tavır temel alınarak, kadının toplumdaki yeri ve rolü bağlamında tartışma geliştirilmiştir. Toplumsal değişime tepkinin değerlendirilmesi için ele alınan örnek söylenti “süpermarket söylentisi” olarak adlandırılan söylentidir.

Anahtar Kelimeler

Toplumsal ahlak, söylenti, toplumsal değişim, muhafazakârlık

ABSTRACT

In this article the role of rumour that has widespread circulation in social discourse as reproducing the ideas of a social group, that can be defined as conservative and resistant to social change, is discussed. Taking the general attitude of conservative part of Turkish society against social change as a basis, the discussion goes further in the context of women's role and place in Turkish society. The case that is chosen to evaluate the reaction against social change is the type of rumour which is called “supermarket rumour” in this article.

Key Words

Social morality, rumour, social change, conservatism.

2000 yılında Ege Üniversitesi öğrencileri arasında dolaşan bir söylenti tedirginliğe yol açar. Kampüs içinde bulunan büyük bir süpermarket olan Kipa’da yaşlı bir kadının bir genç kıza bir parfüm hakkında görüşünü almak bahanesiyle bayılttığını, çevredekilerden kızım bayıldı diyerek yardım istediğini, çağrılan taksininin şoförünün hastaneye gitmek yerine kıza evine götürerek yaşlı kadından şüphelenerek polisi araması sonucu eve baskın yapan polisin baygın kıza tecavüz eden ve porno film çeken insanları yakaladığını birbirine anlatan üniversite öğrencilerinin neredeyse tamamı olayın gerçek olduğuna inanmaktadır. Bu market söylentisi toplumsal yaşamın belirli alanlarında meydana gelen değişime muhafazakâr bir bakış açısıyla yaptığı vurgu, eleştiri ve tepki bağlamında incelenmeye değer bir söylentidir.

İnternette aynı olayın Eskişehir’de gerçekleşen bir uyarlaması anlatılmaktadır. Eskişehir Anadolu Üniversitesi mezunu olan Feride Gümüş’e yer belirtilmeden

böyle bir söylentiye bilip bilmediği sorulduğunda olayı bildiğini söyleyip olayın Eskişehir’de gerçekleştiğini üstüne basarak belirtmiştir. Bornova ve Eskişehir gibi öğrenci nüfusunun yoğun olduğu ve kadın öğrenci sayısının erkek öğrenci sayısına eşit olduğu yerlerde bu söylentinin çıkmış olması manidardır. Bu söylenti, insan topluluklarını hizaya sokma, ahlak değerleri empoze etme, verili ahlak anlayışlarını korku yaratarak söz konusu etmesi yönleriyle söylentinin işlevi bağlamında incelenecektir.

Bu yazıda süpermarket söylentisi olarak adlandırılacak bu olayın (daha doğrusu hikâyenin) bir yönüyle kent efsaneleri içinde değerlendirilebileceğini söylemek mümkündür. Ancak, Selcan Gürçayır’ın *An Encyclopedia of American Folklore*’dan yaptığı alıntıyı ele alacak olursak bu şablonun içine tam olarak oturmadığı görülür:

“Kent efsaneleri günümüzde gerçekleşen olaylarla ya da gerçekleştiği ileri sürülen olaylarla ilgili, ironi ya da doğüstü

* Bilkent Üniversitesi Türk Edebiyatı Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi. (hinan@bilkent.edu.tr)

güçlerle çevrili gerçekçi hikâyelerdir. Anlatılanlar tarafından gerçek oldukları söylenir. Çağdaş halk anlatıları olmalarına rağmen geleneksel motifler de içerirler. “İnsandan insana sözlü olarak aktarılırlar” (Milli Folklor, 33).

Bu, söylentinin içeriği tek başına bir kent efsanesi olarak ele alınmasına engel değildir. Toplumda nasıl dolaşıma girdiği ve bu dolaşımının nasıl devam ettiğiyle beraber değerlendirilirse, neden söylenti teriminin seçildiği daha iyi anlaşılır. Jean-Noel Kapferer çeşitli söylenti tanımlarını şu paragrafta birleştirerek özetler:

“Bunlara göre söylenti öncelikle bir haberdir: güncel olanla ilgili bir kişi veya bir olay üzerine yeni öğeler ileri sürer. Bu yönüyle, geçmiş bir olguyla ilgili olan efsaneden ayrılır.

İkinci olarak, söylentiye inanılması istenir. Genel olarak yalnızca eğlendirme ya da düş kurdurma kaygısıyla anlatılmaz: bu yönüyle eğlenceli hikâyelerden veya masallardan ayrılır. Söylenti inandırmaya çalışır”. (13)

Açık ki, incelenecek olay ikinci tanıma çok daha yakın durmaktadır. Özellikle “inandırmaya çalışma” özelliği bu söylentinin toplumsal ahlak bağlamında değerlendirilmesinde çok önemli bir başlangıç noktası sunar.

Bu süpermarket söylentisinin öğrenici nüfusunun yoğun olduğu iki yerleşim biriminde yayıldığı yukarıda belirtilmişti. Konuyla ilgili bilgisine başvurulmuş Feride Gümüş yurt arkadaşlarından duyduğunu söylemiş ve aynı olayın anlatıldığı bir elektronik posta aldığını da belirtmiştir. Söylenti ayrıca internette de bulunmaktadır. Dolayısıyla söylenti iki farklı şekilde dolaşıma girmiştir. İlki sözlü olarak insanların diğer insanlara anlatmalarıyla gerçekleşmiş, ikinci düzlemde ise web sayfası (<http://www.efsaneler.com/dispefsane.asp?sr=5&kt=8&ei=900>) ve elektronik posta yoluyla internet üzerinden dolaşıma sokulmuştur. Söylentinin Eskişehir uyarlamasında süpermarket ismi verilmezken İzmir uyarlamasında verilmiştir. Her iki versiyonda da kişiler anonimdir ve kesin zaman verilmez.

Bu söylenti şüphesiz “inandırmaya çalışan” bir söylentidir. Anlatılan olayın içeriğinin korkunçluğu göz önüne alınacak olursa, söylentiye inanmanın basit bir kabullenme olmayacağı, beraberinde toplum hayatı ve gündelik alışkanlıklarla ilgili bir sorgulamayı da getireceği görülür. Özellikle söylentinin muhatabı kadınlar açısından süpermarketler ve yaşlı kadınlar birer tehdit unsuru haline dönüşür. “The Interpretation of Rumour” (Söylentinin Yorumlanması) makalesinde P. A. Lienhardt, “neden ‘huzursuzluk yaratan’ söylentilerin geniş kitleler tarafından benimsendiği” (115) sorusunu sorar. Lienhardt, Sir Charles Oman’dan alıntılıyarak şu cevabı verir: “Belki de bu söylentiler insanların çoktandır duyumsadıklarıyla uyum içinde olan bilgiler temin etmektedirler” (115). Yani, örnek verilecek olursa, deprem olacak söylentisinin bir anda milyonlarca insanı etkilemesinin sebebi söylentiden önce böyle bir beklentinin insanlarda yerleşmiş olmasıdır.

Süpermarket söylentisinde bu huzursuzluk yaratma durumuyla uyum içinde olan öğeler vardır. Bu öğeler, söylentinin, toplumsal ahlakın yeniden yaratılmasına ya da sürdürülmesine ne açıdan kalkıştığının göstergesidirler. Modern şehir hayatının başlıca toplanma yerleri içinde yer alan süpermarketler, bu özellikleriyle geleneksel olanı derhal karşılarına alırlar. Bireyin satıcıyla ve diğer alıcılarla doğrudan ilişkiye girmediği, hatta giremediği tekinsiz mekânlardır. Bu süpermarketlerin üniversite kampüsü veya öğrenci şehri gibi yerlerde bulunması akla tekrar geleneksel toplum yapısına uymayan ve yerleşim birimlerinin yerli halkı tarafından sıklıkla hoş karşılanmayan “öğrenci nüfusu” olgusunu getirir. Kaldı ki Orta Çağ’dan itibaren üniversiteler kuruldukları şehrin veya kasabanın yerli halkına rağmen var olmuşlardır. Çarpıcı bir örnek olarak, St. Scholastica Günü ayaklanması verilebilir. 1 Şubat 1355 yılında, Oxford Üniversitesi öğrencileri ve Oxford sakinleri arasında çıkan olaylarda altmış üç üniversite mensubu ve en az otuz kasaba sakini hayatını

yitirmiştir (Wikipedia). Söylentinin beslendiği ve dolayısıyla beslediği toplum yapısına bakılırsa genç kadınların, özellikle öğrencilerin, tek başına yaşamaya başlamalarından ya da tek başlarına toplumsal hayatta yer almaya çalışmalarından kaynaklanan bir soruna odaklandığı görülür. Bu söylenti, dinleyenleri ya da okuyanları, genç kızların baba, abi veya anne gibi koruyucu ve kollayıcıları olmadan toplumsal hayata karışmalarının, üniversite öğrencisi olarak tek başına yani korunmasız alışverişe çıkmalarının üstelik bunu geleneksel pazarlar yerine insanların büyük bir yabancılaşma yaşadığı süpermarketlerde yapmalarının sonunun iyi olmadığını inandırmaya çalışır.

Bu tip bir genellemenin sosyolojik dayanaklarına bakılabilirse, söylentinin yeşerdiği ortam açığa çıkar. Ahmet İnel, Türk toplumunun uzun yıllardır yaşadığı değişim sürecini geleneksel olana vurgu yaparak şöyle anlatır:

“Türkiye toplumu bir yüzyıldan beri dünya değiştirme sancısıyla yaşıyor. Geleneksel kurum ve toplumsal referans noktalarının yerlerini modern dünyanınkilere bırakması doğal, sancısız ve kendiliğinden gelişen bir süreç değil”. (7)

İnel, ayrıca 1980 sonrasını bir muhafazakârlaşma dönemi olarak ele alıp bu olguyu “daha değişik ritm ve amaçlarla kendisinin de seçebileceği bu yola toplumun yakasından tutulup sürüklenmiş olması, toplumun neredeyse refleksi olarak muhafazakârlaşmasına yol açmıştır” (11) diyerek açıklar. Türk toplumunda ailenin durumuna gelince, Emre Kongar “değişmeye karşı daha tutucu bir tavır takınan erkeklerin davranışları başta olmak üzere, aile konusunda pek çok toplumsal ve psikolojik öğenin değişmesi gerektir” (599) diyerek olumlu bir tablo çizmez. Kongar, kadının Türk toplumundaki yerine ilişkin olarak şunları söyler: “Ailenin temel direği olan kadın, ne yazık ki günümüzde hâlâ özgürlükleri ve kişiliği baskı altında tutulan bir konumdadır” (601). Genellemelerden kaçınmak kaydıyla, süpermarket söylentisinin örtülü tezini kabul etme-

ye hazır bir toplum kesiminin olduğu ve geleneksel yapıdaki değişimin bu kabulde önemli rol oynadığı kabul edilmelidir.

Dolayısıyla, bu süpermarket söylentisinde mağdur olan kadın aslında olmaması gereken bir yerdedir. Böylesi bir hatanın sonu kaçırılarak tecavüze uğramak, bir cinsel nesne haline getirilmektir. Kaçıran kadının yaşlı bir teyze olarak anlatılması da aslında toplumda beslenen “kimseye güvenme” ve “toplum ne hale geldi” klişelerine tam uymaktadır. Bu uydurma hikâyenin elbette toplumun her şeye rağmen ahlaki özelliklerini yitirmemiş bireyleri olduğunu gösteren ve umut aşılayan kahramanı ise şüpheli ve yardımsever taksicidir.

Burada söylenmek istenen toplumda tek tip bir ahlak anlayışı olduğu ve toplumun en azından sözkonusu yerlerde yaşayan kesiminde bunun ataerkil bir muhafazakârlıkla temsil edilmekte olduğu değildir. Söylentinin olay örgüsüne ve detaylı kurgulanışına bakılarak bu değerlere yakın bir anlayışı temsil etmekte olduğu ve böylece bu değerlere hizmet ettiği. Söylenti kendisini aktaran kişiden bağımsız olarak bir ahlaki kontrol mekanizması görevini görmekte, anlatıcı söylentiye ne amaçla anlatırsa anlatsın ilettiği anlamın önemli bir kısmını anlatının kendisi belirlemektedir.

KAYNAKLAR

Gürçayır, Selcan. “Kent Efsaneleri ‘Zaman Elbisesini Giymiş’ Anlatılar mıdır?” *Milli Folklor*. 2005, S. 67.

http://en.wikipedia.org/wiki/St._Scholastica_riot

İnel, Ahmet. *Türkiye Toplumunun Bunalımı*. İstanbul, Birikim;1990.

Kapferer, Jean-Noel. *Dedikodu ve Söylenti: Dünyanın En Eski Medyası*. Çev. Işın Gürbüz. İstanbul, İletişim; 1992.

Kongar, Emre. *21. Yüzyılda Türkiye*. İstanbul, Remzi; 1998.

Lienhardt P. A. “The Interpretation of Rumour”. *Studies in Social Anthropology*. Ed. J. H.

M. Beattie ve R. G. Lienhardt. Oxford, Oxford University Press; 1975