

## ŞÖHRET, İKTİDAR, KİMLİK: TÜRKİYE'DE TOPLUMSAL DEĞERLER VE MAKBUL KİMLİK BAĞLAMINDA ŞÖHRET KÜLTÜRÜ

Sena Aydın<sup>1</sup>

### Özet

Özellikle kitle iletişiminin yükselişiyle sıradan insanların ortak rüyası haline gelen şöhret, kültür endüstrisinin temel kavramlarından biridir. Kavramın nüfuz ettiği alan günlük hayattaki karşılığından çok daha derin ve geniş; şöhret, eğlencelik, gelip geçici, boş zamanı doldurmaya yönelik bir tüketim malzemesi olmanın ötesinde, sınırları kültür endüstrisinin konotasyonunu aşan bir fenomen. Sosyo-politik atmosferin bir parçası olan şöhret, iktidar ilişkileri, kimlik meseleleri, değerlerin normalizasyonu gibi mevzulara da ilişik bir olgudur. Bu sebeple, eğlence sektörünün düzenleyicisi olan devletin, dönüşen kapitalist zihniyetin ve kimlik politikalarının var olduğu karmaşık bir denkleme, şöhret, hegemonyanın inşasındaki rolü ile tartışılmaya değer bir konudur. Türkiye ölçeğinde ise özellikle 1980 sonrası şöhret, toplumsal yapılanmada oldukça işlevsel bir iktidar aracıdır; şöhretin varlığı, toplumun egemen değerlerle bezenmiş kolektif rızasına tabidir. Bu çalışma, hegemonyanın ürettiği bir sosyo-kültürel malzeme olarak ünlü personaların Türkiye'deki egemen politik görüş yönünde dönüşme süreçlerini, Rojek'in şöhret kavramına yaklaşımı üzerinden anlamaya yönelik bir çabadır. Ayrıca çalışma, Türkiye'de toplumsal iktidarın kabul etmediği etnik ve cinsel farklılıkları temsil eden kimlik kategorileri bağlamında, şöhretin kimliğinin görünmez olduğunu ya da bu kimliğin otantik bir fon olarak sunulurken bağlamından koparıldığını örneklerle ortaya koyma amacındadır.

**Anahtar kelimeler:** Şöhret, Makbul Kimlik, Kültür Endüstrisi

## FAME, POWER, IDENTITY: THE FAME CULTURE IN THE CONTEXT OF SOCIAL VALUES AND PLAUSIBLE IDENTITY IN TURKEY

### Abstract

Fame is one of the cornerstone concepts of culture industry. Especially after the advent of mass media, fame has become the common dream of common man. It is the ultimate currency of individuality and everyone desires it. The concept of fame diffuses more profound and widespread through the semantic world than its current understanding in daily life. Fame is not solely related with entertainment or its effects are not only limited with the connotations of culture industry. It is also part of the socio-political atmosphere, power relations, identity issues and normalization of values. For this reason it is a phenomenon worthy to discuss with its role on the construction of hegemony in a complex equation including state as the regulator of entertainment sector, ever-changing means of capitalist mind-set and identity politics. In the case of Turkey, the famous personas especially after 1980's have been an apparatus of power on social construction. Besides, its sustainability depends on collective consent of society. In this context, this paper attempts to understand the process of transformation of the famous personas, as a socio-cultural product manufactured by hegemony, toward the dominant political opinion by Rojek's approach on the fame concept.

**Keywords:** Fame, Plausible Identity, Culture Industry

“Bülent Ersoy, şimdi seninle bir yargıç gibi değil, bir bü-  
yüğün olarak konuşacağım. Halkımız kadirbilir bir halk-  
tır, sanatçısını yüreğinde taşır, başının tacı eder. Sanatçı  
da bütün gücünü halktan alır. Hayranlarının alkışları  
sakın seni şımartmasın. Sen sanatını da, şöhretini de, ser-  
vetini de bu ülkenin insanlarına borçlusun. Onları hayal  
kırıklığına sürüklemeye hakkın yok. Sanatçı toplumun  
malıdır ve halkına karşı sorumlulukları vardır. Şu anda  
yeni yetişen binlerce genç hayranın seni taklit ediyor, sana  
benzemeye çalışıyor. Onlara kötü örnek olma yavrum.  
Özel hayatına, tüm davranışlarına dikkat et. Her şeyini  
borçlu olduğun bu topluma zararlı değil, yararlı olmaya  
çalış. Söyleyeceklerim bu kadar.”<sup>2</sup>

## 1. Giriş

Neredeyse insanlık tarihiyle eş zamanlı var olan bir kavram olarak şöhret, modern dünya-  
daki anlamı ve işleviyle, yüzeysel temsilinden çok daha derin, yaygın bir alana nüfuz eder.  
Öyle ki, hayatımızda sadece eğlencelik, gelip geçici, boş zamanı doldurmaya yönelik bir tü-  
ketim malzemesi olmaktan ziyade, modern dünyada hem şöhretin kendi kimliğine ilişkin,  
hem izleyicinin kimliğine ilişkin birçok parametrenin var olduğu karmaşık bir denklemde,  
geçerliliği tartışılrsa da şöhret, toplumsal kimliğin yapılanmasında incelenmeye değer bir  
olgudur.

Türkiye ölçeğinde ise özellikle 1980 sonrası, şöhret, bir yönüyle toplumsal yapılanmada  
oldukça işlevsel bir iktidar aracıdır. Şöhretin varlığı, toplumun egemen değerlerle bezen-  
miş kolektif rızasına tabidir. Bu bağlamda, bu çalışma, toplumsal değerlerle inşa edilen bir  
sosyo-kültürel malzeme olarak şöhretin kişiliğinin, egemen görüş yönünde evrilme süre-  
cini anlamaya yönelik bir çabadır. Bununla beraber çalışma, Türkiye’de toplumsal iktida-  
rın kabul etmediği etnik ve cinsel farklılıkları temsil eden kimlik kategorileri bağlamında,  
şöhretin kimliğinin görünmez olduğunu ya da bu kimliğin otantik bir fon olarak sunularak  
bağlamından koparıldığını örneklerle ortaya koyma amacındadır.

“Şöhret” derken kimlerin kastedildiği bu noktada önemlidir. Bu sebeple, çalışmanın ilk bö-  
lümünde evrensel şöhret kategorileri ile birlikte, Türkiye’de kimin “şöhret” olduğuna ilişkin  
bir kavramsal bir çerçeve yer alacak; ardından, şöhretin iktidar aygıtı olarak var olması ve  
toplumsal onay mekanizmalarıyla ilişkisi tartışılacaktır.

## 2. Türkiye’de Şöhret Kimdir?

Hayatın dolaysız koşulları ve dolaysız ilişkileri medya etkisinden sıyrılmış bir biçimlenme-  
ye müsaade etse de genel olarak gündelik hayatta, toplumsal olarak kabul edilen konuşma  
kalıpları, tarzlar, bakış açıları medyanın sunumu üzerinden yapılır. John Hartley’in (2004)  
televizyonun öğretici bir fonksiyonu olduğundan bahsettiği görüşüne, interneti ve gaze-  
teyi de dahil etmek mümkündür. Hartley’in öğretici olmaktan kastı, kimliğin inşasında,  
televizyon aracılığı ile izleyicinin, başka hayatların nasıl görüldüğünü, nasıl yaşadığını,  
nasıl konuştuğunu, nasıl davrandığını, neyi hoş gördüğünü, neye göre oy verdiğini, neyden  
şikayet ettiğini görerak öykünmesidir (Allen & Hill, 2004: 370).

Şöhretin toplumla ilişkisi dikkate değer olduğu bu noktada, modern bir olgu olarak şöh-  
reti, “geniş kitlelere ulaşan bir gazete, televizyon, radyo ve film olgusu” olarak ele almak  
anlamlıdır (Rojek, 2003: 18-19). Medya aracılığıyla şöhretin toplumla kurduğu ilişki de-

2. Şöhretin Sonu (1981) filminden, yargıcin , Bülent Ersoy’a beraat kararını açıkladıktan sonra, yaptığı konuşma.

vamlılık açısından da değerlidir. Medya üzerinden takip ile toplumun şöhrete erişim kolaylığı birçok zaman dolaysız ilişkilerden bile sıkı bir etkileşim içerir. Bu etkileşimin bağlayıcılığı konusunda, dilsel ve kültürel faktörler birincil derecede önemlidir. Bu yüzden, bu çalışmada şöhret, Hollywood gibi evrensel bir tanınma düzeyinde değil, toplumla temasta etkileşim düzeyi daha yüksek ve daha işlevsel olan yerel şöhretler çerçevesinde değerlendirilmektedir.

Bu çalışmanın şöhreti ele alış biçimi, şöhreti kültürdeki yerleşik yapısal kuralların ifadesi olarak gören bir anlayışla örtüşür. Çalışma kapsamında, bir denetim biçimi olarak örgütlü eğlencenin, kitleleri düzenleme işlevini şöhret aracılığıyla sürdürdüğü ve şöhretin egemenliği sürdürme adına tasarlanmış bir mamul olduğu görüşü anlamlı bulunur. Bununla beraber, şöhretin üretim-temsil ve tüketim üçgeninde yoğunlaşan bir kavram olarak, tarihsel, kültürel, siyasal, sosyo-ekonomik bağlamlarda incelenmesi gereken metinler arası bir kavram olduğunu görüşü desteklenir ve Türkiye’de şöhretin kimlik kategorilerinin de bu yaklaşımla incelenmesi amaçlanır.

Şöhretin imajına-mevcudiyetine dair her detay üretilmiş bir bütündür. Sadece mesleki yönler değil, büyümlü cazibe portrelerinden, basının içeriği çerçevelemesine kadar şöhrete ilişkin her şey bu üretim sürecinin parçasıdır (Dyer, 2004: 4). Bu yüzden bu çalışma, gündelik hayatta, sadece sahne performanslarıyla değil, eşleriyle, sevgilileriyle, çocuklarıyla, kavgalarıyla, aldıkları kilolarla, verdikleri kilolarla, iftarlarıyla, alemleriyle, gayrimenkul haberleriyle, aldatmalarıyla, aldatılmalarıyla, kayıplarıyla, doğumlarıyla, başarısızlıklarıyla, makyajsız halleriyle, gezmeleriyle, gözden kaybolmalarıyla, alkol yüzünden el konulan ehliyetleriyle, Eyüp Sultan’da “yakalanmalarıyla”, bar tuvaletinde yakalanmalarıyla, Umre ziyaretleriyle, kumarhane ziyaretleriyle, bazı siyasal olayları kınamalarıyla, bazılarını kınanamalarıyla, yoksullara ağlamalarıyla, evde çalışanlarını dövme iddialarıyla; yazması sayfalar sürecek gündelik hayata ilişkin her detayla televizyonda, gazete sayfalarında, sosyal medyada “karşımıza çıkan” ya da takip ettiğimiz, gündemde kalabilme süresi 10 yılı aşmış ya da aşmaya aday, yani Rojek’in tabiriyle “şöhretimsi”si değil, sadece bir neslin ya da belli bir yaş aralığının bildiği değil, toplumda her yaş aralığını kapsayan büyük bir kitlenin aşına olduğu onlarca isimden oluşan geniş bir grubu Türkiye’nin şöhretleri kümesine dahil eder. Bu kapsamda, Türkiye’nin Batılılaşma çabasıyla başlayıp, “hoşgörülü”, “alçakgönüllü”, “samimi”, “açık yürekli”, “vefakar”, “fedakar” “dürüst”, “kalbi temiz”, “içten” gibi kolay ölçülebilmesi imkansız, vasat vasıflarla donanmış, Sünni-İslam soslu Türk milliyetçisi kimlik idealizasyonunun - göstermelik nüanslarını saymazsak- vücut bulmuş tüm ünlü isimlerini bu kümeye dahil eder.

### 3. Toplumsal Yapılanmanın Hem Etkeni Hem Edilgeni: Modern Toplumda Şöhret

Toplum bilincinin şöhretle etkileşimi çift yönlüdür. Birincisi, şöhretten topluma doğru bir bilinç akışının var olduğu, diğeri toplumdan şöhrete bir dayatmanın söz konusu olduğu etkileşimdir. Şöhret ve toplum arasında iki farklı etkileşim içi içedir. Birinci tür etkileşimle kolektif bilinç inşasında yaratıcı ve pekiştirici rol üstlenen şöhret; diğesinde, kolektif bilincin kabulüne muhtaç olur, toplumsal onaylanma adına kendinden vazgeçer.

#### 3.1. Şöhretin Etkenliği: İktidar Aracı Olarak Şöhret

Şöhret, iktidarın temsildir ve toplum bilincini şekillendirmede etkindir. Hayranlık üzerinden kitlelere kolay temas edebilmesi sayesinde, toplumsal bilinci her gün yeniden kurarak iktidarı pekiştiren etkin araçlardan biridir. Rojek, bazı noktalarda şerh düşse de, şöhreti toplum bilinci üzerindeki etkiye eşitler. Toplumsal yaşamın inşasıyla şöhret arasında direkt bir bağlantı görür: Politik ve ideolojik bağlamların oluşturduğu içeriğin ifade biçimini medya belirler. Benliğin kişilerarası ilişkilerde sunumunun ve duyguların yönetiminin drammatizasyonu ve insanileştirilmesi medya şöhretleri aracılığıyla topluma nüfuz eder (Rojek, 2003: 12-13). Şöhretin, gündelik ilişki formlarının dahi iktidar tarafından regüle edilmesini

sağlayıcı bir yönü vardır. Metinler arası ele aldığı şöhret olgusunu; şöhret kavramı, imaj ve bireycilik diskuru üzerinden temsil ve ideoloji bağlamında analiz eden Dyers da modern toplumlarda starların, kimliklerin ve farklılıkların esaslarına dair kayda değer bir kavrayış sağladığının altını çizer (Glass, 2004 ve Holmes, 2015). Bu yaklaşım şöhretin, egemen bakışın bir aygıtı olduğuna işaret eder.

Şöhretin toplum tarafından rasyonel bir biçimde açıklanması mümkün olmayan büyüğü, mistik bir dünya gibi algılanması, onun toplumsal yapılanmada araçsallaşmasının önünü açar. Modern anlamını demokratik, seküler toplumların yükselişiyle kurulmuş olan şöhret için, Rojek (2013: 52) “Dinden başka, karşılıklı tutkunun fiziksel etkileşim olmaksızın işlediği tek insan ilişkileri kümesi şöhret kültürüdür” der. Nitekim, modern toplumun gelişmesiyle, tanrının boşluğunu dolduran şöhret kültürü, seküler toplumlar için birleştirici bir unsurdur. Tanrısal niteliklerin atfedildiği şöhretin, modern dünyada tanrının gözden düştüğü bir dönemde yükselmesi tesadüf değildir; sunulan yüzün toplumsal bağlamda önem kazanması ve şöhretin “demokratik eşitliğin panzehri” olmasıyla şöhret kavramı modern dünyada anlamını bulur (Rojek, 2003: 11).

Bu bağlamda Rojek’in, hayran ve şöhret arasındaki ilişkiye “toplumsalsı etkileşim” (para-social interaction) kavramı üzerinden bakması da önemlidir. Toplumsalsı etkileşim, yüz yüze temasın yerine medya aracılığıyla kurulan ikinci sınıf yakınlığı ifade eder. Soyutlanma ve yalnızlık hissinin yaygın olduğu toplumlarda, aidiyet arayışı toplumsalsı etkileşimle sağlanır. Şöhretin inşası ve yayılımında bu etkileşimin esas olduğu görüşü hakimdir. Şöhretler, toplumsal düzeyde, anlam boşluklarını doldurarak güçlü olumlamalar sunar, aidiyet ve tanınma sağlar (Rojek, 2013: 56-70).

Şöhretin imajının sınırları mesleki alanını aşar. Sahnenin yanı sıra, şöhretin özel hayatına ilişkin kamuya açılmış her ayrıntı imajın bir parçasıdır. Şöhretin respesantasyonu çağdaş toplumların sosyal, kültürel, tarihsel bağlarıyla doğrudan ilişkilidir; sınıf, etnisite, din cinsel yönelim gibi kimlik kategorilerinin toplum genelinde kabul gördüğü biçimiyle yapılandırılan sosyal konumlandırma şöhretin kimliğinde can bulur (Dyer, 2004: 15-16). Şöhret, kendi özneliğini ve bireyselliğini ortaya döker ve bununla topluma uygun bulunmuş bir anlamlandırma için organize edilmiş bir yapının parçası haline gelir (Marshall, alıntılan (Glass, 2004).

Popüler terapi ve başvuru kitaplarının ilk örneklerinden biri sayılan Self Help (1859) için Rojek, “kazanılmış bir şöhret arşivi” der. Kitabın yazarı Samuel Smiles, şöhretin birtakım toplumsal sorumlulukları ve ödevleri de beraberinde getirdiğinden bahseder; şöhret, kazanılmış ya da atfedilmiş-hangi kategoride olursa olsun- bir amaç değil, ekonomiye, kültüre değer katmak ve Hıristiyanlığın ahlaki çerçevesini güçlendirmek için bir araçtır. Bu noktada, milliyetçiliğe dair güçlü duygular hakimdir; bir ulusun varlığı bireysel kimliklerin “kendini geliştirmesi” üzerinden pekişir. Bu yüzden, eğlence unsuru sanılmasının aksine, faydayla özdeşleştirilen şöhretin rol modeliği kesindir (alıntılan Rojek, 2013: 124-126 ve Barbas, 2002: 57).

Bununla birlikte, yegane merkez olan siyasal iktidarın egemen biçimde örgütlendiği ve insanın başka hiçbir iktidarına geçit vermeyen ulus devlet modelinin başarısı, ulus-devletin varlık inancına ikna edecek tiyatro oyununun yaratıcılığına bağlıdır (Kreft, 2014: 21). Bu, Benedict Anderson’ın ulus-devlet modeli için kullandığı “hayali cemaat”in, gerçekliğine ikna edecek tüm yöntemleri kapsayan bir tiyatro oyunudur. Kreft (2014: 22) de, muhayyel cemaatlerin bir topluluktaki “en etkili üretim yetilerin ürünü” olduğunu ve tiyatronun her gün sahnelenerek kalıcılığının sağlandığının altını çizer.

Bu tiyatro oyununda, Türkiye’deki şöhretlerin sahne performansları kayda değerdir. “Bıra-

kın çan çalmayı Ermenici olmayı, millet böyle dolmayı yutmaz Karadeniz'de, Ogün böyle desinler bugün böyle desinler, Fatihalar Yasinler bitmez Karadeniz'de, Vatan satsa bir kişi, anında bitir işi, Türk ve İslam Güneşi Batmaz Karadeniz'de" sözleriyle Hırant Dink'in kaitilleri Yasin Hayal ve Ogün Samast için yazılan şarkının İsmail Türüt'ün şöhretinin sonu olması bir yana, şöhretinde bir leke olarak dahi iz bırakmaması ve hatta onaylanması, bahsi geçen şarkının dahil albümün Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca onaylı ve yayın izini olması Türkiye'de şöhret-iktidar-toplum ilişkisi bağlamında genel geçer kabulün ispatı niteliğindedir.

### 3.2. Şöhretin Edilgenliği: Toplumsal Onaya Tabi Şöhret

Toplum ve şöhret arasındaki diğer etkileşim türü ise, toplumdaki şöhrete doğru bir bilinç akışının var olduğu bir etkileşimdir. Şöhretin sahnelenen kişiliğinin inşası, toplumun genel kabullerince belirlenir. İkinci tür ilişkinin, daha minimal ölçekte formu gündelik hayattaki sıradan insanın da hayat akışına hakimdir. Bu kısım daha sonra özellikle Goffman'ın gündelik hayatta benliğin sunumu üzerine yazdıklarından hareketle açıklanmaya çalışılacaktır.

Debord, temsili yaşamda uzmanlaşmayı "ünlü" olmanın gerekli şartı olarak görür. Ünlü kişi, belli bir yaşam tarzı üzerinden bir rolün (veya birçok rolün) imajını üzerine toplayarak, toplumdaki bayağılığı cisimleştirir. Gerçekte yaşanan parçalanmayı, sığ olan temsili yaşam ile örter (Debord, 2014: 59). Şöhretin kimliği kimlik kategorilerinin genel geçer kabulü üzerine inşa edilir ve kabul edilmiş, idealize edilmiş kimlikler şöhretin kimliği üzerinden tanımlanır. Şöhret, hangi kişilik değerleriyle ve nasıl bir aidiyet ve kimlikle nasıl yaşanacağını örneği olarak kendini metalaştırır.

Turner (2000, alıntılıyan Homes, 2005) da şöhretin kendine has bir bireysellik barındırmadığını, sunulan bir kimlik üzerinden inşa edildiğini söyler. Şöhretin, kamusal alanda, bir respresantasyon sistemi dahilinde, düzeni, yapısı, ve sirkülasyonu tasarıdır. İzleyici, bu tasarım sürecinde, ortodoks değerleriyle şöhretin imajında dolaylı olarak aktiftir. Değer yargılarının bir vasatta eritildiği, ahlakçı, dışlayıcı bir ortak yapı çerçevesinde toplumun onay mekanizması, şöhrete olumlu ya da olumsuz sinyaller vererek işler; şöhret, var olmak için toplumun onayından geçmeye mecburdur. "Beni sizler yarattınız" cümlesi bu yüzden bir itiraf niteliğindedir. Toplumsal onayla var olan şöhreti, toplum pekala söndürebilir de. Her ne kadar hayranlık ilişkisi bunun tam aksi bir yönde kurulsa da toplumun şöhret için hem yaratan hem can alan tanrısal bir yönü vardır. Bu yüzden, şöhretin sahnelenen yüzünün toplum onayladığı sürece geçerli olduğunun altını çizen Rojek'in (2003: 22-23) dediği gibi şöhretin başarısı, gerçek benliğin tesliminden geçer, aksi halde bir başınlık dünyası kaçınılmazdır.

Gerektiğinde bir "kanaat önderi" gibi toplumu yönlendirmek için şöhretin işlevselliği devreye girdiğinde, asıl devreye giren şöhretin değil, iktidarın kanaatidir. Şöhretin itaati esastır. Bülent Ersoy'un hükmeden, sivri tavrı, sahnedeyleken bile ünlülerin, magazincilerin her an Ersoy tarafından azarlanma ihtimalini baştan kabullenmiş olması Ersoy'un gerçekliğine dair bir fikir vermez: Herkesin çekindiği, medyada sık kullanılan ifadeyle "büyük saygı duyduğu" Ersoy da gerektiğinde itaat eder; devlet büyüğünün karşısında itaatkar bir karaktere dönüşür. Zira, sadece "büyüklerden" değil, halktan da kırmızı çizgiyi aşmasıyla gelen tepkiyi görmekten çekinir. Toplumun egemen ahlakçılığıyla bağdaşmayan bir cinsel kimlik kategorisinin temsilcisi olarak Ersoy, iktidara risk almak istemeyeceği alanda, itaati kabul eder. Politik ve sosyo-kültürel bağlamda, cinsel kimliğinin karşısında olan bir iktidara saygıda kusur etmez, gerektiğinde onore eder. Kendisini, "farklı kılan" cinsel kimliği, imajında kendisine has bir motif, otantik bir öge olarak kalır. Şöhretin toplumsal onaydan geçen değerleri süzerek kendi bedeninde cisimleştirme sürecinde medya planlamacıları, imaj-maker'lar, menajerler gibi şöhretin imajında birebir etkin olan kurumlar elbette başat

rol oynar. Bu, imajın planlanmış tarafıdır. Şöhret, böyle bir planlama sürecinde sahnelenmiş yüzü ile gerçek benliği arasındaki farkındalık duygusunu, sahnelenmiş tarafı sadece bir meslek gereği gibi değerlendirerek daha az acı veren bir mesleki deformasyon olarak alımlayabilir. Fakat burada asıl sıkıntı, şöhretin gerçek kimlik bağlamında koparak tamamen halkın “malı” olmasıdır. Sahnedeki rötuşlar, mesleki bir gereklilik ölçüsünde kalmaz. Toplumsal onay kaygısı, günlük hayatta sıradan insana nasılsa, şöhrete de öyle sirayet eder; çok daha ezici bir yoğunlukla. Şöhretin, sıradan insanın yaşadığından daha büyük bir açmaza girmesi bu yüzdendir. Üstelik bu, heterodoks değerlerin ve gayrı resmî kimliklerin temsilinin de maruz kaldığı deformasyon ya da erimeyle toplumsal hayatta iktidarın ve dolayısıyla toplumun onayı dışında kalan grupların açmazını da bir kez daha büyütür. Bu yüzden, şöhretin mecbur olduğu toplumsal onay virüsünü nasıl benimsediğini anlamak için gündelik yaşam pratiği üzerinden bakmak anlamlı olabilir.

Günlük hayattaki rollere sahnelenen performanslar olarak bakan Goffman, insan eyleminin başkalarıyla birlikteyken taahhüde dayalı olduğunu söyler; günlük hayatta dahi belli bir izlenim vermek adına, toplum içinde eylemlerin –bilinçli ya da bilinçsiz- bir amaca yönelik olduğunun altını çizer. Başkalarının karşısındayken sunulan “performanslar” (eylemler), başkalarının o kişi hakkındaki yargısıyla direkt ilgilidir. Kişi, içinde bulunduğu topluma aykırı olmamak ve toplum içindeki statüsünü korumak için, konumunun gerektirdiği şekilde, bir plan çerçevesinde hareket alır. Bu plan her zaman bilinçli değildir; fakında olunmasa da toplumsal kabullere dair bir takım işaretler ve ipuçlarıyla yetinerek de toplumsal statüye riayet ederek eylemlerin şekillenmesi mümkündür (Goffman, 1959: 16-20-78). Başka bir deyişle, günlük hayatta benliğin, toplumsal değerleri ölçüt kılarak maskelendiği ve bu şekilde sunulduğu söylenebilir. Nitekim, Ezra Park da (alıntılan, Goffman, 1959: 31) “kişi” kelimesinin ilk anlamlarından birinin “maske” olduğuna dikkat çeker. Bu bir rastlantı değil, herkesin hayat boyunca süregiden bir rolün içinde olduğunun ve kişilerin birbirlerini bu roller bağlamından tanıdığı gerçeğinin kabulüdür.

Performansın esas amacı genellikle oyuncunun özelliklerinin değil, sahnelenen görevin özelliklerini ifade etmektir (Goffman, 1959: 82). Kimlik buna hizmet ediyorsa, toplumun talep ettiği çerçevede sergilenir. Sartre da toplumun sınırlarını çizdiği bir rol tutsaklığından bahseder. Toplum, konum ya da statü gereği yapılması gerekenin robotik bir şekilde gerçekleştirilmesini ister. Kişinin sanki bu çerçeveden her an kaçacakmış gibi tetikte davranışı gibi “önlemler” ise insanı içinde bulunduğu şeye hapseder (Sartre, 1956: 59-60). Şöhret de, bu bağlamda, onu var eden halkın uygun gördüğü şekilde davranır. Bu yüzden, şöhretin “aşırılıkları” dahi kozmetiktir. Bülent Ersoy’un hükmeden, sivri tavrı, sahneye bile ünlülerin, magazincilerin her an Ersoy tarafında azarlanma ihtimalini baştan kabullenmiş olması Ersoy’un gerçekliğine dair bir fikir vermez: Herkesin çekindiği, medyada sık kullanılan ifadeyle “büyük saygı duyduğu” Ersoy da gerektiğinde itaat eder; devlet büyüğünün karşısında itaatkar bir karaktere dönüşür.

Bu çerçeveden bakıldığında, şöhretlerin kişilikleri ile sahnelenen yüzleri arasındaki gerilime, sıradan insanların günlük hayattaki maskelenmemiş kişilikleri ve eylemleri arasındaki gerilimin yoğunlaştırılmış hali olarak bakılabilir. Bu yüzden “şöhret kültürü toplumsal biçimin ifadesidir. Kimi şöhretlerimizin aldıkları garip, şişkin kültürel şekil, toplumsal biçimin sıradan bileşenlerinin gelişimidir.” (Rojek, 2003: 207-208)

### **Sonuç**

Şöhret, sahnelenen hayatıyla, “toplumsal, kültürel ve tarihsel olarak inşa edilmiş, davranış, hissetme ve düşünme biçimlerini” sunmakla kalmaz, “etnik, cinsel, dinsel, sınıfsal kategorileri(ni) ve bunları toplumsal hayatta anlamlandırma yollarını da gösterir” (Şaki-Aydın, 2008: 36). Epigraftaki alıntı, Türkiye’de özellikle 1980 sonrası şöhretin resmi tanımını tüm boyutlarıyla ortaya koyabilmesi sebebiyle değerlidir. Şöhretin varlığını, medya dolayımı

olmaksızın konuşmak mümkün değildir. Bu yüzden, egemen görüşün ve medyanın onayını almadan mevcudiyetini ortaya koyması neredeyse imkansızdır. İktidarın kendi meşruiyetini sürdürmek için kurduğu bir tiyatrodadır, şöhret halkın duygularına en kısa yoldan temas edebilecek araçtır. Şöhretin bu işlevi, var olabilmesinin anahtarıdır. Karşılıklı rızaya dayalı bu ilişki ağına halk da dahildir. Şöhret, “toplumun malı” olduğunu ve “hakla karşı sorumlulukları olduğunu” bilir (İnanoğlu, 1981).

Şöhret “toplumun malıdır”. Toplumun onay mekanizmasının ona tanıdığı bir alanda “kendiliğini” inşa eder; şöhretin mevcudiyetinde, toplumsal onaydan geçmeyen her detay şöhretin silinmesine doğru bir adımdır. Başka bir ifadeyle, halk, şöhreti, gerçek benliğinden sıyrarak yeniden inşa eder. Riskli alanlara girmez, en kötü ihtimalle orta yolculuğun konforunu tercih eder. Tabii, şöhretin gerçek kimliğiyle sahnelenmiş kimliğinin çatışması da kaçınılmazdır; bu yüzden Rojek’in (2003: 22-23) belirttiği gibi şöhretin başarısı, gerçek benliğin tesliminden geçer.

Şöhretin, “halkına karşı sorumlulukları” vardır. Şöhret olgusunu “kolektif hafızada iz bırakan imgeler” olarak da ele alan Şakı-Aydın, birey, iktidar ve toplumsal ilişkiler bağlamındaki işlevlerinden birini şöyle açıklar: “(Şöhret) toplumun ‘ötekiyi’ tanımlamasına yardım eder, kabul gören ve görmeyen ayrımı onların üzerinden çizilir” (Şakı-Aydın, 2008: 251-252). Şöhret, yaşayarak, halkına “nasıl bir kimlik?”, “nasıl bir bireysellik?”, “nasıl bir yaşam tarzı?”, “nasıl bir düşünme biçimi?” sorularının cevaplarını göstermekle yükümlüdür. Bu cevapları, şöhrete iktidarın tüm ideolojik aygıtlarıyla inşa edilmiş toplumsal kimlik verir. Şöhret, bunu sindirir ve kristalize ederek yeniden sunar. Bu bağlamda, “başarılı bir şöhret” örneği olarak, Beyazıt Öztürk’ün neredeyse yirmi yıl boyunca bir ulusal kanalda program yapabildiğinin sırrı, canlı yayına telefonla bağlanan bir izleyicinin “Çocuklar ölmesin” mesajının ardından kopan fırtınayla Öztürk’ün “terörist” damgası yemeye ramak kala yaptığı özür açıklamasındadır: “Türk halkı ne düşünüyorsa, ben de onu düşünüyorum.”

### **Kaynakça**

- Adorno, T. W. (2007). *Kültür Endüstrisi - Kültür Yönetimi*. N. Ülner, M. Tüzel, & E. Gen (Çev.). İstanbul: İletişim.
- Allen, R., & Hill, A. (2004). *Social Representation on Television*. R. Allen, & A. Hill (Ed.). *The Television Studies Reader* içinde, (s. 367-372). London: Routledge.
- Barbas, S. (2002). *Movie Crazy: Fans, Stars, and the Cult of Celebrity*. New York: Palgrave Macmillan.
- Debord, G. (2014). *Gösteri Toplumu*. A. Ekmekçi, & O. Taşkent (Çev.). İstanbul : Ayrıntı.
- Dyer, R. (2004). *Heavenly Bodies: Film Stars and Society*. (2. edisyon). New York: Routledge.
- Glass, L. (2004, Bahar). *The Showman Theory of History*. *Iowa Journal of Cultural Studies*, 71-78.
- Goffman, E. (1959). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. B. Cezar (Çev.). İstanbul: Metis.
- Holmes, S. (2005). *Starring...Dyer? Re-visiting Star Studies and Contemporary Celebrity Culture*. *Westminster Papers in Communication and Culture* , 2 (2), 6-21.
- İnanoğlu, T. (Prodüktör), & Aksoy, O. (Yönetmen). (1981). *Şöhretin Sonu* [Sinema Filmi].
- Kreft, L. (2014). *Sanat ve Siyaset: Sanatın Siyaseti ve Siyasetin Sanatı*. A. Artun (Ed.). *Sanat Siyaset: Kültür Çağında Sanat ve Kültürel Politika* içinde, (s. 9-39). İstanbul: İletişim.
- Rojek, C. (2003). *Şöhret*. S. K. Akbaş, & K. Kızıltuğ (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Sarte, J.-P. (1956). *Being and Nothingness*. New York: Philosophical Library.