CYPRUS INTERNATIONAL UNIVERSITY
ULUSLARARASI KIBRIS ÜNİVERSİTESİ

DOI: 10.22559/folkloredebiyat.2017.39

folklor/edebiyat, cilt:23, sayı:91, 2017/3

GÖSTERGEBİLİMSEL BİR YAKLAŞIMLA MİSAFİR ODASI ANALİZİ

Pınar LALOĞLU*

1. Bir Gösterişçi Tüketim Biçimi Olarak Misafir Odaları

Türk toplumunun genel bir özelliğini yansıtan misafir odalarının gösterişçi tüketim anlayışı içerisinde evlerin en özel bölümünü oluşturma hali geçmişten bugüne değişen toplum yapısına bağlı olarak farklılaşmış ve bir gösterge olma özelliğini hep korumuştur. Bu bağlamda bizim için önemli olan gösterişçi tüketim kavramını Veblen, aylak sınıf üzerinden tanımlamaktadır. Aylak sınıf, Veblen' e göre çalışmak zorunda olmayan, parası ve boş zamanı bol olan, barbar kültürün en yüksek olduğu dönemde ortaya çıkan sınıfı temsil etmektedir (Veblen, 2014: 8). Veblen bu sınıfın daha çok feodal Avrupa ve feodal Japonya'da geliştiğini vurgular. Boş zamanı bol olan ve çalışmak zorunda olmayan sınıflar askerler, din adamları ve asillerdir. Bu sınıflar sanayi alanında çalışmazlar ve bu onların ekonomik olarak üstünlüklerinin göstergesidir. Bu sınıfın ortaya çıkması beraberinde sahiplik (mülkiyet) kavramını da ortaya çıkarmıştır (Veblen, 2014: 26). İlk sahiplik şekli güçlü erkeklerin kadınlara verdiği hediyeler şeklinde görülür. İlkel toplumlarda ticari hayat dışında, mal ve eşya dolaşımının sosyal değerler ve statüye göre olduğunu görmek mümkündür. Kürk, bilezik, kolye gibi eşyaların kabile mensupları arasındaki sembolik değişimi, eşyanın ilkel toplumlardan bu yana bir prestij işareti taşıdığını göstermektedir (Bilgin, 1991: 368). İlkel toplumlarda nesnelerin ya da eşyaların tüketiliş biçimi gereksi-

* Arş. Gör. Atatürk Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü, Erzurum pinar.laloglu@atauni.edu.tr

nimler ışığında değil, hiyerarşik bir yapı ve toplumsal prestij anlayışına bağlı bir yaşam biçimini sunmaktadır (Baudrillard, 2009). Kula sistemi* olarak adlandırılan bu anlayışın temelinde mal ve eşya dolaşımı toplumsal statüye bağlı olarak değişim göstermektedir. Baudrillard, kula sisteminin kalkmış olsa bile izlerinin sürdüğünü belirtir. Günümüzde nesnelerin çoğalıp farklılaşması tüketimde toplumsal hiyerarşiye yönelik ilkelerin de belirleyici olduğunu göstermektedir. Özetle eşyalar ilkel toplumlardan itibaren sosyal statü değeri taşımakta ve farklı eşyalarda farklı statü değeri ya da prestij işaretidir.

Eski toplumlarda ne kadınlar ne de erkekler kullandıkları objelerin sahipleridir. Kişisel eşyalar kullanılırken bu eşyalara sahiplik söz konusu değildir. Sahiplik ya da ilk mülkiyet insanın insana mülkiyetidir. Kölelik olarak adlandırılan bu durum hem kadınlar hem de erkekler için geçerlidir. Kölelikle beraber avcı ve savaşçı toplumlarda rekabetin arttığını söylemek mümkündür. Bu toplumlarda erkekler kadını mülkiyet edinerek güç gösterisinde bulunmuşlardır. Erkekler kadınlardan sonra endüstriyel ürünleri de sahiplenmeye başlamışlardır. Özel mal mülk edinmenin mümkün olduğu her yerde mücadele de bulunmaktadır. Ekonomik olarak sahiplenmenin yasal sonucu olarak tüketim kavramının ortaya çıktığını söyleyen Veblen, tüketim maddelerinin ihtiyaçlara göre olmadığını belirterek sahip olmanın sonucu ortaya çıkan zenginliğin onur sağladığını ve bunun haksız bir ayrım olduğundan söz eder (Veblen: 2014: 29). Şöhret sahibi olma ve saygın olabilmek için mal, mülk sahibi olma, zengin olma koşulu eski toplumlardaki güçlü ve cesur olmak ya da zafer kazanmanın yerini almıştır. Mülkiyetin olduğu toplumlarda insanlar kendi sınıfından olan insanlar kadar zengin olmak isterler ve bu sayede kendilerini huzurlu, rahat hissederler. Bu durum her sınıf için geçerlidir. Her sınıfın kendi sınıfıyla ya da daha üst sınıflar ile bir kıyaslaması söz konusudur. Daha zengin ya da daha saygın olmak için mülkiyet önemli bir araçtır. Fakat mülkiyet teşhir edilmelidir ya da gösterilmelidir ki mülkiyet sahibi saygınlık kazanabilsin (Çalışma konumuz olan misafir odaları gibi).Mülkiyetin teşhiri ise tüketim ile sağlanmaktadır. Veblen bu tüketime gösterişçi tüketim demektedir. Gösterişçi tüketimde ihtiyaçtan ziyade ifşa söz konusudur. Veblen' e göre zengin ve güçlü olmak diğer insanların saygısını kazanmak için yeterli değildir. İnsanların saygısını kazanmanın yolu bu zenginliğin gösterilmesinden geçmektedir. Zenginliğin ve bu anlamda şöhretin gösterilmesi sadece saygınlık ve bu saygınlığın devam etmesini sağlamakla kalmaz aynı zamanda kişinin kendisini rahat hissetmesini ve huzura kavuşmasını da sağlar (Veblen, 2014: 37). Gösterişçi tüketim mülkiyet edinme ile paralellik göstermektedir. Özel mülkiyet toplumda hiyerarşik bir yapılanmayı da beraberinde getirmiştir. Mülk ne kadar fazla ise toplumsal statü derecesi de o kadar yükselmiştir. Mülkiyetin varlığı zenginliğin kendisidir fakat mülkiyet gösterilmediği sürece zenginliğin ifşası söz konusu değildir. Veblen "ifşa" kavramı üzerinde durarak zenginliğin ya da sahip olunan mülkiyetin teşhir edilmesinin gösterişli tüketim ile ilgili olduğunu vurgular (Açıkalın, Erdoğan, 2005). Bizim toplumumuzda olduğu gibi Gösterişçi tüketim bir statü belirtisi olarak da ortaya çıkmaktadır. İnsanların sahip oldukları zenginlik teşhir edilmediğinde statü durumları hakkında da bir teşhir söz konusu olmaz. Ancak gösterişli tüketim ile mülkiyetin varlığı teşhir edilir ve sosyal sınıf farklılıkları ya da statü farklı-

* Kula, bilezikler, kolyeler değişik süslerin zincirleme olarak elden ele dolaşıp, bağışlanarak bir toplumsal değerler ve statü sistemine yol açtığı simgesel değiş tokuş sistemidir.

lıkları belirlenmiş olur. Çalışmamızın konusunu oluşturan misafir odaları, şehrin farklı semtlerinde ikamet ede ailelerin tüketim ile mülkiyet ilişkisini teşhir ettiği gibi sosyal sınıf farklılıklarını da gösteren önemli bir gösterge olarak karşımıza çıkmaktadır.

Günümüzde tüketim alışkanlıkları üzerinden bir değerlendirme yapıldığı zaman tüketimde farklılıkların ortaya çıktığını söyleyebiliriz. Tüketim alışkanlıklarındaki farklılıklar sosyal statü farklılıklarını da ele vermektedir. Veblen bu nokta da parasal gücün gösterilmesi için bazı özel tüketim türlerinin ortaya çıktığını vurgular. Tüketim farklılığının ortaya çıkması zenginlik dolayısıyla sahiplik kavramının ortaya çıkmasından daha eskiye götürülebilir. Üretmeden tüketmek zengin ve güçlü insanlara özel bir durumdur. Bu bağlamda üretici konumunda olan işçilerin sadece yaşamlarına yetecek kadar gıda tüketmelerine izin verilir. Lüks tüketim sadece zamanı bol olan, üretmeyen insanlar sınıfına aittir (Veblen, 2014: 59). Veblen' den farklı olarak Marx tüketim malları ve lüks tüketim mallarını birbirinden ayırmaktadır. İşçi sınıfının tüketimine giren, yaşam gereksinmeleri ölçüsünde nitelik ve değer yönünden işçilerden faklı olsa da bu tüketim malları kapitalist sınıfında tüketiminin bir kısmını oluşturur (Marx, 1997: 360). Bu bağlamda geçim ve temel gıda maddeleri gerekli olan tüketim mallarıdır. Lüks mallar ise yalnızca kapitalist sınıfın tüketimine giren yani işçilerin payına düşmeyen harcanmak üzere ayrılan artı değer ile değiş tokuş edilen mallardır (Marx, 1997: 360) Temel gıda maddeleri tüketim malları iken lüks mobilyalar, gümüşlükler ya da gümüş çatallar lüks tüketim malları içerisine girmektedir. Veblen de lüks tüketimin gösterişli tüketim olduğunu ve gösterişçi tüketimi sahip olunan zenginliğin bir gösterisi olarak ele almaktadır.

Gösterişli tüketim ile insanlar sahip oldukları toplumsal konumlarını yükseltmeye çalışmaktadırlar. Gösterişli tüketime sadece üst sınıflar değil alt ve orta sınıflar da meyillidir. Çalışmamızda da görüldüğü gibi alt ve orta sınıflarda üst sınıfları taklit ederek gösterişli tüketime yönelmektedirler. Geçmişte insanlar toplumsal konumlarını yükseltmek için dikkat çekici bir boş zaman harcıyorlardı. Modern zamanda ise boşa harcanan zamanın yerini boşa harcanan mallar almıştır. Artık aynı işlevi gören daha az pahalı mallardansa pahalı malların tercihi söz konusudur (Ritzer, 2011: 250). Gösterişli tüketimin gösterişli boş zamanlar da yarattığını söylemek mümkündür. Boş zaman kavramı tüketim olgusunun daha da artmasına ve daha gösterişli bir hal almasına katkı sağladığını söyleyebiliriz.

Gösterişçi tüketim açısından sadece lüks malların tüketimi değil bu tüketimin gerçekleştirildiği mekânlar da önemli birer göstergedir. Lüks malların kullanımı bireyler arasında kıskançlık yarattığı gibi bu malların satıldığı mekânlardan alış veriş yapmak da kıskançlık güdüsünü harekete geçirmektedir. Veblen' in de vurguladığı gibi kıskançlık yaratan unsurlar sadece tüketim malları üzerinde değil tüketimin yapıldığı yerlerde de mevcuttur. Saygınlık ya da toplumsal statü belirlemesi olarak insanların alışveriş yaptığı yerler de prestij kazanma yollarından biridir. Çok lüks bir markanın poşetiyle alışveriş merkezinde gezmek ile alt sınıflara hitap eden ya da herkesin ulaşabileceği bir markanın poşetiyle aynı alışveriş merkezi içerisinde gezen kişilerin diğer kişilerde oluşturdukları izlenim farklıdır. Lüks marka poşet ile alışveriş merkezi içerisinde gezinmek pratik kullanımının yanında bir gösterge tüketimi olarak da karşımıza çıkmaktadır. Lüks marka toplumsal statünün, gücün, prestijin, saygınlığın simgesi olabilmektedir. Ayrıca

Veblen, şehir ve kırsaldaki tüketim alışkanlıklarını da birbirinden ayırır. Ona göre dikkat çekici bir şekilde para harcamak şehir yaşantısında daha fazladır. Şehirde yaşayan insan kendisini köyde yaşayan insandan daha fazla çevresine göstermek durumundadır. Kırsaldan şehire gittikçe gösterişin ya da gösteriş amaçlı tüketimin arttığını söylemek mümkündür. Çünkü şehir yaşantısında tüketim yaşamın bir parçası olmuştur. Kırsalda yaşayan insanların tüketimi şehirde yaşayanlar kadar fazla değildir. Kırsalda yaşayanlar daha çok tasarrufa önem verirler. Şehirden farklı olarak kırsalda herkes birbirinin parasal durumundan haberdardır. Bu bağlamda kırsalda sosyal statü belirleyici olarak gösterişli tüketim yapmaya gerek yoktur. Çünkü köylerde ya da çiftliklerde herkes birbirinin ne kadar mülkü olduğunu bilir ve buralarda yaşayan insanlar tasarrufa önem vererek tasarruf yaptıklarını da gizlemezler (Veblen, 2014: 71-72).

Veblen'e göre tüketim nesnesinin iki boyutu vardır: Fayda ve israf. İsraf olarak ifade edilen harcamalar insan yararına yapılmayan harcamalardır, sadece zevk için yapılandır. İsraf olarak görülen harcamalar tüketici için gereksinim, ihtiyaç olarak kabul edilir. İsraf tüketici için tüketim alışkanlığı olarak kendisini göstermektedir. Halılar, kilimler, gümüş servis takımları, ipek kıyafetler, mücevherler, lüks mobilyalar bu sınıfa girer. Bu eşyaların tüketicinin hayatını kolaylaştırdığını söylemek pek de mümkün değildir (Veblen, 2014: 80). Modern toplumlar ilkel toplumlarda görülen gösterişe yönelik israf anlayışını, akıl ve mantık çerçevesine oturtarak aynen devam ettirmektedirler (Baudrillard, 2009). Gösterişçi tüketimin israfa yönelik olan harcamalara da neden olduğu görülmektedir. Bu harcamaların israf olarak nitelendirilmesi tüketiciye fayda sağlamamasından ya da onun hayatını kolaylaştırmamasından gelmektedir. Öyle ki gümüş servis takımları sıradan bir servis takımıyla aynı işlevi görmekle beraber tek farkı nispi pahalılığıdır. Gösterişçi tüketim bir yaşam standardına dönüşerek alışkanlık haline gelir.

Eşya ilkel toplumlardan beri bir statü belirleyicisi olarak işlev görmektedir. Sahip olunan objeler sahip olan kişinin başkalarının gözündeki değerini de inşa eder. Öyle ki eşyalar işlevselliğini kaybettiği ölçüde daha doğrusu estetik bir duruş sergilediği ölçüde prestij göstergesi olarak kullanılır (Bilgin, 1991: 363). Eşyalar ile insanlar kendilerinin yargılandığını düşünerek, o yargılara uygun davranış sergilemektedir. Sosyal statü ya da sosyal tabakalaşmanın yarattığı mevkinin göstergesi olarak eşyalar kullanılmaktadır. Misafir odalarında kullanılan eşyaların evin diğer alanlarından daha lüks olması ev sahibinin kendisini salonundaki eşyalar ile tanımladığını göstermektedir. (Çalışmamızda olduğu gibi) Kıray' a göre de mevki, statü sahibi olmayı göstermenin ya da ekonomik anlamda sahip olunan varsıllığı dışarıya ifade etmenin bir tek yolu vardır, gösterişçi tüketim. Bu ise daha çok ekonomik olmayan bir tüketim ile mümkündür (Kıray, 2000: 134). Bu anlamda ekonomik olmayan tüketim, pahalı ve gösterişçi bir tüketimi gerektirmektedir.

2. UYGULAMA

2.1. Araştırmanın Konusu

Erzurum' da önemli bir gösterişçi tüketim göstergesi olan misafir odaları evin diğer bölümlerinden farklı ve özel bir mekân olarak karşımıza çıkmaktadır. Evin en büyük odasını oluşturan misafir odalarının kapısı genelde kapalıdır. Gelen misafirler bu odalar-

da büyük bir ihtişamla ağırlanır. Modern toplumlarda önemli bir gösterge olarak sunulan mekânların ayrıca sınıf farklılığını ve statüyü de göstermesi son derece önemlidir. Çalışma konumuzu oluşturan misafir odalarının tüketim açısından evin diğer alanlarından çok daha gösterişli olması mekânsal vurguyu ön plana çıkarırken aynı zamanda, sınıfsal yapıyı da ortaya çıkaran, önemli bir statü göstergesidir.

Araştırmanın örneklemini Palandöken, Yakutiye ve Aziziye bölgeleri oluşturmaktadır.

2.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada Erzurum'da belli semtlerde ikamet eden ailelerin misafir odaları gösterge tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Pek çok bilim alanında kullanılan göstergebilim yapısalcılıkta görünenin altında yatan derin anlamı ortaya çıkarmada en fazla kolaylık sağlayan önemli bir tekniktir. Kuramsal yaklaşım olarak kullandığımız Barthes'de gösterge bilim iki dizgeden oluşur. Birinci dizge gösterge dizgesi, ikinci dizge söylendir. Söylen bir anlamlama biçimidir, bir biçimdir. Bir söz olan söylen söylem alanına giren her şeydir. Her nesne söylen olabilir. Çünkü dünyadaki her nesne kapalı dilsiz bir varoluştan dünyaya uyarlanabilmektedir. Söz yani söylen bir bildiridir. Ağaç ağaçtır ancak bir şiirde geçen ağaç, tümüyle ağaç olmaktan çıkmıştır. Belli bir tüketime uydurulmuş, yazınsal inceliklerle, imgelerle yeni bir kullanımla donatılmıştır; süslü bir ağaçtır artık (Barthes, 2014: 179). Fotoğraf, sinema, röportaj, spor, gösteri, tanıtım da söylensel sözün konusu olabilir. Önemli olan anlamdır. Bu bağlamda resim yazıdan daha buyurucudur ve anlamlı olduğu anda, resim yazı oluverir (Barthes, 2014: 180).

Söylen, göstergebilimin alanına girer (Barthes, 2014: 181). Nesneleri ya da fotoğrafları, yazıları anlam bildiren tarafıyla incelemek aynı zamanda göstergebilime başvurmaktır. Göstergebilim anlamlamaları içerikten bağımsız olarak inceler. Bu da göstergebilimin bir biçimler bilimi olduğunu gösterir. Gösterge anlam bildiren ya da anlam aranan her şey olabilir. İnsanların anlaşmak için kullandıkları diller, davranışlar, jestler, sağır-dilsiz alfabesi, görüntüler, trafik işaretleri, bir müzik yapıtı, bir resim, bir tiyatro gösterisi, bir film, reklam afişleri, moda, yazınsal yapıt, bir mimarlık düzenlemesi yani bildirim amacı taşısın ya da taşımasın her anlamlı bütün çeşitli birimlerden oluşan bir dizgedir. Bu dizgelerin birimleri de gösterge olarak tanımlanmaktadır (Rifat, 2013: 113). Barthes, her göstergebilimin iki terim yani bir gösterenle bir gösterilen arasında bir bağıntı olduğunu vurgular. Gösterge, gösteren ve gösterilenin çağrışımsal toplamıdır. Gösterge, tek başına bir anlam ifade etmez. Gösteren ve gösterilen de ayrı ayrı olarak göstergeye işaret etmez. Ancak gösteren ve gösterilenin birleşimi göstergeyi verir. Biçim ve içerik tek başlarına ayrı ayrı olarak farklı yerlerde durmaktadır. Ancak anlamlama dediğimiz göstergeyi yani yan anlamı vermesi gösteren (biçim), gösterilen (içerik)'in birleşimi ile mümkündür. Gösteren ve gösterilen bir araya geldiğinde gösterge meydana gelir. Bununla beraber gösteren boştur, göstergeyse doludur, anlamdır (Barthes, 2013: 182). Gösterge her şey olabilir, bu anlamda göstergebilimci yazı ile resmi aynı biçimde ele alabilir. Her ikisi de birer göstergedir.

Gösteren biçimdir, gösterilen kavramdır. Söylenin üçüncü terimi olan gösterge ise anlamlamadır. Gösteren hem anlam hem de biçimdir. Ancak anlamın olumsallığını uzak-

laştırır, anlamı kaybetmez, anlamı gizler. Göstergebilimin ilk iki terimi olan gösteren ve gösterilenin birleşiminden oluşan gösterge eksiksiz olan tek terimdir. Barthes' de gösterge bir düz anlam biçimidir. Gösterge dolayımsız olarak neye gönderme yaptığını açıkça belirtir. Bunun dışında göstergeler kültürel olarak belirlenmiş yan anlamlara gönderme yapar. Örneğin, balta sözcüğü tüm toplumlarda düz anlamını verir ancak kimi kültürlerde baltaya sahip olmak bir toplumsal konuma işaret edebilir. Bu ise baltanın yani göstergenin yan anlamıdır (Bal, 2010: 76). Yani göstergebilim olguyu karşısına almakla yetinmez, onu bir başka şeyin yerini tutan öge olarak tanımlayıp araştırır (Karaca,2015: 294). Bu bağlamda gösterge anlamlamadır. Anlamlama ise söylenin kendisidir. Tıpkı Saussure'de göstergenin sözcük olması gibi (Barthes, 2013: 189). Saussure gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkiyi dilsel çözümleme yoluyla elde eder. Saussure' e göre dilsel yapıların temel öğesi göstergedir. Dil göstergesi biçim olan yani işitim imgesiyle, anlam belirten bir kavramın birlikte oluşturduğu bir bütündür. Ağaç kelimesi gösteren, zihinde uyanan ağaç kavramı ise gösterilendir. Ağaç kelimesi ile zihinde oluşan ağaç kavramı birlikte ağaç denilen göstergeyi oluşturur (Yüksel, 1995: 26). Bu noktada Saussure' de göstergebilim dilsel bir çözümleme iken Barthes' de gündelik yaşama ilişkin çözümlemedir. Barthes' in göstergebilime yaklaşımı Saussure'ün yaklaşımını ters yüz eder. Saussure, dilbilimi ileride kurulacak göstergebilimin bir alt bölümü olarak kabul ederken, Barthes göstergebilimi dilbilimin bir alt bölümü olarak görür. Çünkü Barthes, moda, mutfak, görüntü, yazın gibi gösterge dizgelerinin ancak dil desteğiyle bir gerçeklik kazandığına inanır (Rifat, 2013: 184). Barthes, göstergebilimin sınırlarını dilbilimden görüntüye ve fotoğrafa kaydırmıştır (Bal, 2010: 79). Bu bağlamda Barthes'in "giyim kuşam modasına ilişkin çözümlemesi yalnızca gündelik yaşama ilişkin bir dizgeyi açıklamaz. Aynı zamanda görünenin ardındaki görünmeyeni, gizli olanı ortaya çıkarır. Modanın nesnesi hem "yüksek sosyetenin" hem de "moda" nın gösterenidir (Yüksel,1995: 29). Giyilen her parça hem modaya uygunluk hem de zengin sınıfıyla özdeşleşme yolunda işlev görmektedir. Barthes'a göre yapısalcı eylem dizgesel bir biçimde yürütülen düşünsel işlemlerden oluşur; amacı o nesnenin işleme yasalarını bulmaktır. Bu noktada söz konusu nesnede açık seçik olarak görülmeyen ya da anlaşılamayan verileri ortaya çıkarmak için nesneyi parçalara ayırır ve gerekli düşünsel saptamaları yaptıktan sonra yeniden kurar; nesne "düşünsellik katılmış" bir nesnedir artık ve "yeniden" kurma işlemini gerçekleştirme yolunda kullanılan dil, yapıtı oluşturan dil değil, eleştirmenin kullandığı öte dildir (Yüksel, 1995: 62). Düşünsellik katılmış anlam dışında gösterenin gösterdiği neyse düz anlamı odur. Fotoğrafa ya da herhangi bir nesneye bakanların özelliklerine göre yükledikleri anlam (yan anlam) değişecektir (Bal, 2010: 83). Çünkü Göstergebilimde gösterilenin sahip olduğu anlam içinde yaşanılan toplumun sahip olduğu toplumsal kodlar, değerler, simgeler aracılığıyla oluşturulur (Bal, 2013: 74). Düz anlam neyin fotoğraflandığıdır; yan anlam ise nasıl fotoğraflandığıdır. Bu bağlamda yan anlam ile fotoğraf sadece bir fotoğraf olmaktan çıkıp gösterge halini alır. Gösterge ise biçim ile içeriğin sentezidir.

Saussure'le birlikte başlayan modern dilbilimindeki uygulamalar, diğer sosyal bilim alanlarında örnek olarak alınmaktadır. Mimik, gülme, gözyaşı, giyim (kravat takma, bot-çizme giyme vs.), moda bir dildir. Aynı şekilde bir evde misafir odasının döşenmesi

de bir dildir (Bilgin, 1983: 29). Bu bağlamda Veblen'in ifadesiyle parasal bir kültür ifadesi olarak ele aldığımız misafir odaları da Barthes'in giyim kuşam çözümlemesinde ulaştığı sonuçla aynı işlevi görmektedir. Barthes'den yola çıkarak söylensel dizgenin terimleri olan gösteren, gösterilen ve gösterge ilişkisinde misafir odası resimlerinin çözümlemesinde; eşyalar gösteren (biçim), misafir odası gösterilen (kavram), misafir odası sahiplerinin kendi kriterlerine göre tercih ettikleri eşyalar ise göstergedir (anlamlama). Söylensel dizgede anlamlanma olan gösterge ile görünenin arkasındaki görünmeyen düz anlamdan ziyade gerçek anlam ortaya çıkarılır. Misafir odalarında kullanılan eşyaların işlevselliği yönünde kullanılması düz anlamdır. Yani bir misafir odası resmine baktığımızda resimde görülen koltuklar, masalar, sandalyeler, halılar, avizelerin kendileri birer düz anlamdır. Gösteren ve gösterilen ilişkisinden yansıyan gösterge ise yan anlamdır. Yan anlam kültürel ya da "gerçeklik etkisi" ile çevrilerek "kodlanmış" olan anlamdır (Yacavone, 2015: 140). Dolayısıyla yan anlam fotoğrafa ya da eşyalara bakıldığında görünenin ötesinde yüklenilen anlam olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu açıdan yan anlam özneldir, fotoğrafa bakan kişilerce farklı farklı yan anlamlar üretilebilir.

2.3. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Bu bölümde Erzurum' da üç bölgeye (Yakutiye, Palandöken, Aziziye) ayırdığımız örneklemden elde edilen misafir odası resimlerinin Barthes' in göstergebilim tekniği ile analizi gerçekleştirilmiştir.

2.3.1. Araştırma Konusu Olan Misafir Odalarının Göstergesel Çözümlemesi*

* Araştırmamızın örneklemini oluşturan Yakutiye, Palandöken, Aziziye bölgeleri sosyo- ekonomik düzey bakımından birbirinden farklılık göstermektedir. Sosyal ve ekonomik yapı dikkate alınarak oluşturulan örneklemde Palandöken bölgesi içerisinde bulunan Kayakyolu üst tabakanın ikamet ettiği bir semt iken Aziziye bölgesi sınırları içerisinde yer alan Dadaşkent ve Palandöken bölgesi içerisinde bulunan Yıldızkent orta tabakanın ikamet ettiği semtlerdir. Yakutiye sınırları içerisinde bulunan Sanayi Mahallesi ise alt tabakanın ikamet ettiği bölgedir.

	Gösterge	Şehir	İlçe	Semt	Zaman	Mekan	Nesne
DÜZ ANLAM	Gösteren	Erzurum	Palandöken Yakutiye Aziziye	Kayakyolu Yıldızkent Dadaşkent Sanayi Mah.	3-7 yıl 5 yıl 20 yıl 14yıl	Misafir Odası	Koltuk takımı, gümüşlük, gümüş takımlar, masa-sandalye, avize, halı, ayna, şamdan, yemek takımı, fincan takımı, perde, sehpa.
YAN ANLAM	Gösterilen	Muhafazakâr şehir	Yakutiye (merkez ilçe) Palandöken (merkeze yakın) Aziziye (merkeze uzak)	Kayakyolu (üst tabaka) Yıldızkent (orta tabaka) Dadaşkent (ortanın-altı tabaka) Sanayi (alt tabaka)	Yeni model (modern) - Yeni model (modern) - Eski model (geleneksel) - Eski model (geleneksel)	Eşyalar	Sosyo ekonomik düzey, Toplumsal statü, Ekonomik yapı, Gösterişin ön planda olduğu tüketim

Yukarıdaki tabloda Palandöken, Yakutiye ve Aziziye bölgelerindeki semtlerde yaşayan ailelerin misafir odalarına şehir, ilçe, semt, zaman, mekân, nesne kategorileştirilmesi yapılarak gösterge tekniği ile genel bir çözümleme yapılmıştır.

Resim 1: Palandöken-Kayakyolu Semti





Gösteren	**Gösterilen**	**Gösterge**
Mobilyalar, halı, duvarlar Avize, döşeme, perdeler, aynalar	Şıklık, kimlik, statü, Zenginlik, alım gücü, Gösterişe yönelik tüketim,	Misafir odası fotoğrafı
Düz Anlam Misafir ağırlamak üzere döşenmiş bir salon	**Yan Anlam** Sahip olunan ekonomik düzeyin mobilyalar aracılığıyla kanıtlanması. Statünün ispatı.	
Gösterge		

Tablo1: Kayakyolu- Misafir odası göstergesel çözümlenmesi

Veblen' in ele aldığı saygınlık ve statü belirtisi olarak lüks tüketim ve bu tüketimin ifşa edilerek bir gösteriye dönüştürüldüğü görülmektedir. Aydınlatma olarak kullanılan avizenin ya da perdelerin kullanım işlevinin dışında başka bir işleve daha sahip olduğu dikkat çekicidir. Bu işlev kullanım değerinden ziyade bir gösteri ya da gösteriş değeridir. Misafir salonu olarak kullanılan evin bir bölmesi ya da salonu özellikle misafir geldiği zaman açılan ve bunun dışında evin kendi bireyleri için kapalı tutulan bir mekândır. Misafir odası olarak tanımlanan bu bölme ev sahibi hakkında gelen misafirin fikir sahibi olmasını sağlar. Şık ve lüks bir salon ev sahibinin sadece mekânsal bir estetiği ön planda tuttuğunu değil aynı zamanda ev sahibinin zenginliği ya da parasal durumu hakkında da bilgi vermektedir. Evin özellikle misafir odasının diğer odalara göre daha ihtişamlı ve daha lüks olarak döşendiği dikkate alındığında, bu mekânların gösteri alanına dönüştüğünü de göstermektedir. Saygınlık standardına göre, eşyaların aşırı, ve pahalı olması gerekir (Veblen, 2014: 136). Çünkü ne kadar lüks tüketim objeleri edinilirse o derecede de saygınlık kazanılacağı düşünülür. Resimde de görüldüğü üzere aydınlatma olarak kullanılan avizenin verdiği ışık bir ihtişam sunumu olarak göze çarpmaktadır. Öyle ki ışıklandırma sadece avizelerle sınırlı kalmamış, kartonpiyerler içerisine küçük ışık sistemleri de yerleştirilmiştir. Farklı bir bakış açısıyla da ışık burada dünyevi hayatın karanlığını dağıtan ilahi bir işaret olarak da düşünülebilir (Özben, 2012: 213). Perdeler, koltuklar ya da bunların dizaynı da ailenin zenginliğinin simgesel olarak anımsatılması gibidir.

Gösterilen olarak ele aldığımız aynalar ev sahibinin kendi yansımasını görmesini sağlayan ya da göstergenin düz anlamı olarak ele alınabilecek bir nesne konumundadır. Ancak yan anlamı bize gösterilenin aslında ne anlatmak istediğini vermektedir. Nesnenin sahibinin ne anlatmak istediği de yan anlam olarak yorumlanabilir. Geleneksel köy yaşantısında korku nedeniyle ayna diye bir şey yoktur, ayna içerisinde hurafeleri barındıran bir nesne olarak değerlendirilir. Fakat moderniteyle birlikte evlerde duvarlarda, dolap kapaklarında, servis masalarında, büfelerde, panolarda ayna sayısının arttığını görmek mümkündür. Bu anlamda odayı aydınlatan bir ışık kaynağı gibi ayna özel bir yere sahiptir (Baudrillard, 2014: 29). Misafir odası resimlerine genel olarak baktığımız zaman yukarıdaki resimde de görüldüğü gibi aynalar mutlaka kullanılmaktadır. Ya duvarlarda, ya vitrin kapaklarında ya da konsolda aynaların kullanıldığı görülmektedir. Bu anlamda ayna varlıklı kesimin evlerinde bolluk, gösteriş, caka satma gibi yan anlamlara sahiptir. Ayna gösterişli bir nesne olup ev sahibinin evinin her yerinde kendisini ve eşyalarını izleyebilme ayrıcalığı sunmaktadır. Aynanın simgesel bir nesne olarak kullanıldığını bu bağlamda yalnızca insanın görüntüsünü yansıtmakla kalmayıp aynı zamanda kişinin statüsünü de yansıtan bir gösterge olarak işlev gördüğünü söyleyebiliriz. Ayna farklı tabakalarda bütün misafir odalarında var fakat bazısının etrafı ahşap, bazısının etrafı gümüş, bazısı ise sıradan. Aynanın ekonomik değeri kişinin ekonomik olarak içinde bulunduğu katmanı da yansıtmaktadır.

Resim 2: Palandöken-Kayak yolu Semti



Gösteren	**Gösterilen**	**Gösterge**
Altın renk	Lüks tüketim, şöhret, Sosyal prestij, pahalılık	Şamdan
Düz Anlam Şamdanın kendisi.	**Yan Anlam** Şamdanın ne amaçla kullanıldığı. Altın rengin tercihi zenginlik ve sosyal mevki göstergesidir.	
Gösterge		

Tablo 2: Kayakyolu- Misafir odası göstergesel çözümleme

Lüks ve pahalı objelerin kullanımı zenginliğin belirtisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Altın renginin tercih edilmesi kaliteyi ön plana çıkardığı gibi saygınlığı da beraberinde getirmektedir (Veblen, 2014: 62). Yaşam standardının yüksek olduğu evlerde çok fazla ve ayrıntılı, dikkat edilmesi gereken eşyaların varlığı söz konusudur. Altın renkte tercih edilen şamdanlar da bu ayrıntılı olan eşyalardandır. Altın renk şamdan görüntüsünün altında gizlenen parasal kültürün bir ifadesi, ifşasıdır, zenginliğin dışarıya gösterilmesi, kanıtlanmasıdır. Şamdanların asıl işlevi dışında dekoratif bir eşya olarak kullanıldığı görülmektedir. Sosyal mevkiler ile bağlantılı olarak kullanılan eşyaların da farklılık gösterdiğini söylemek mümkündür. Eşyalar bir statü işareti olarak kullanılmaktadır. Baudrillard'a göre tüm eşyalar işlevsellik taklidi yaparak sosyal farkılılaştırıcılık rolü oynamaktadır (Baudrillard, 2009). Bu bağlamda ev eşyaları sosyal konformite ve hareketlilik gereklerine uymaktadır (Bilgin, 1991: 364). Çünkü eşyalarında yargılanıldığı düşünülmektedir ve bu yargılara uygun davranılmaktadır. Eşyaların yargılanması demek eşyaların sahibinin yargılanması anlamına gelir. Toplumda farklı bir konuma sahip olmanın yolu itibara yönelik bir harcama ile gerçekleşmektedir. İnsanlar sahip ol-

dukları nesnelerin kendilerini yansıttıklarını düşünmektedirler. Bu bağlamda harcama yaparak dışarıya mesajlar vermektedirler. Harcamanın itibara yönelik olması, tüketimin bu anlamda kullanılması nesnelerin maddi yanını da görünmez kılar (Baudrillard, 2009). Nesneler maddi özelliklerinden ziyade bir toplumsal göstergeler sistemine dönüşmüştür. Eşyalar gereksinimleri karşılamadan çok simgesel bir anlama işaret etmektedir. Şamdanların da bir kanıtlama aracı olarak hizmet ettiği anlaşılmaktadır. Modern toplumlar Baudrillard'ın ele aldığı toplumsal ve kültürel kodlara bağlı olarak gelişen kapitalist anlayışa gönüllü olarak boyun eğmektedirler. Tüketim toplumu kodlarını henüz oturtmamış olan Türkiye için de Baudrillard' ın kuramından çeşitli ipuçları yakalamak mümkündür.

Resim 3: Palandöken- Yıldızkent Semti



Gösteren	**Gösterilen**	**Gösterge**
Mobilyalar	Estetik-dekoratif kaygı, saray tipi, modern- avangard	Misafir odası
Düzanlam Misafir odası	**Yananlam** Ekonomik düzey, toplumsal statü	
Gösterge		

Tablo 3: Yıldızkent-Misafir odası göstergesel çözümleme

Fotoğraftaki düz anlam misafir odası olarak döşenmiş bir salondur. Yananlam ise bu fotoğrafın bize ne ifade etmek istediğidir. Barthes'in gösteren-gösterilen ilişkisinden yansıyan gösterge tekniği uygulandığı zaman fotoğrafın aslında ne ifade etmek istediği ya da fotoğraftan ne anlaşılmak istendiği daha açık bir şekilde ortaya çıkacaktır. Gösteren, eşyalar; gösterilen; parasal alım gücü; gösterge güç ve zenginliği yansıtan misafir odasıdır.

Goffman, insanların bulundukları ortama yeni birisi girdiği zaman genelde ya o kişi hakkında bilgi edinme ya da hali hazırda sahip oldukları bilgileri kullanma çabası içine girdiklerini belirtir (Goffman, 2004: 15). Sosyal etkileşimde bilgiyi iletecek pek çok taşıyıcı veya işaret aracı bulunmaktadır. Goffman eşyaların da insanların birbiri üzerinde bilgi sahibi olmalarında önemli bir rol oynadığını ifade etmektedir. Bilgi, kişinin kendisini göstermek istediği biçimdir. Biçim ise dış görünüştür, dekordur. Fotoğrafta görülen eşyalar ya da misafir odası da gelen konuklara ev sahibi hakkında bilgi vermektedir. Eşyalara bakarak ev sahibinin statüsü hakkında bilgi edinmek mümkündür.

Goffman'ın ifadesi ile bir performans (Goffman, 2004) gösterisi olan misafir odası başkaları için sergilenen, toplumsal rol ve belli bir statüye bağlı olarak gelişen kişisel bir vitrin olarak değerlendirilebilir. Fotoğrafta kullanılan eşyaların hepsi teker teker farklı bir izlenim amacı taşımaktadır. Bu bağlamda eşyalar bir ifade biçimi olarak ele alınabilir. Toplumsal etkileşim sırasında eşyalar bir iletişim rolü üstlenmektedirler. Eşyalar aracılığıyla sözel ifadelere başvurulmadan kişi kendi hakkında statüsüne ilişkin aktarmak istediklerini simgesel olarak aktarabilir.

Resimdeki eşyalar saray tipi denilen mobilyalar sınıfına girmektedir. Eşyaların ayaklarında kullanılan motifler, biçim ve kullanılan renk ile köklü bir zenginlik izlenimi verildiğini söyleyebiliriz. Ancak kullanılan renk yani beyaz renk aynı zamanda sosyo-ekonomik düzey yükseldikçe kullanılan bir renk olarak karşımıza çıkmaktadır ve eşyalar modaya uygun olarak değiştirilmektedir. Bu anlamda beyaz renk bize satın alabilme gücü ya da modaya uygun olarak eşyaların değiştirildiğini göstererek, bu rengin bir zenginlik ölçüsü olarak alınabilmesini mümkün kılmaktadır. Sosyal statü değişiklikleri, eşya sayısındaki değişmelerin yanı sıra, eşyanın kalitesi ve sahip olunan eşyalar bütününün yapısal özellikleri düzeyinde kendini ortaya koymaktadır (Bilgin, 1983: 122).

Dış görünüş nasıl ki bireylerin rol ve statüleri hakkında en önemli bilgi kaynağıyken, misafir odaları da Erzurum' da evlerin dışa açılan kapıları yani evin dışarıya gösterilmek istenen göstergesidir.

Resim 4: Aziziye-Dadaşkent Semti

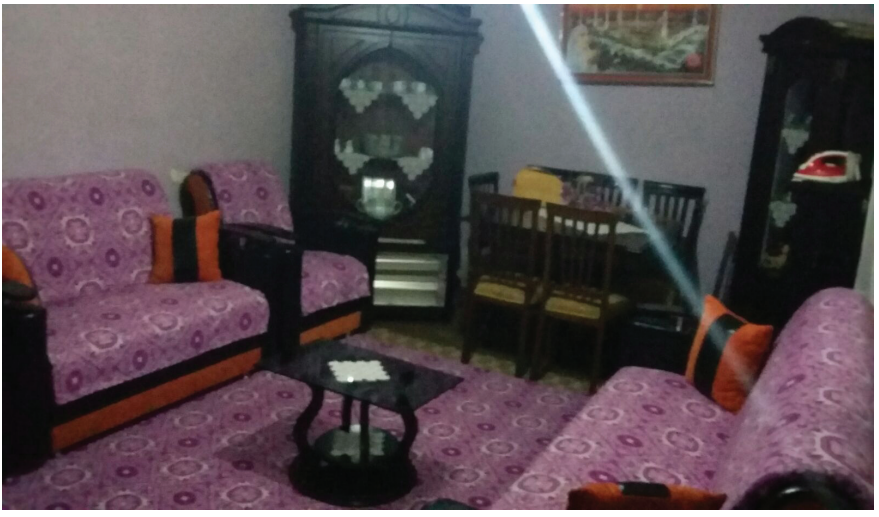


Gösteren	Gösterilen	Gösterge
Mobilyalar	Kalite, dayanıklılık, soyluluk, eskiye köklülük bağlamında vurgu	Misafirodası fotoğrafı
Düz Anlam Eşyaların kendileri	**Yan Anlam** Eski model eşyaların bir soyluluk simgesi olarak cilalandığı ve gümüşler ile eskiye bir göndermede bulunularak köklü bir zenginlik ifadesi.	
Gösterge		

Tablo 4: Dadaşkent- Misafir odası göstergesel çözümleme

Veblen'in prestij gösterisi olarak ele aldığı aylaklığın nesneler dünyasında da bir kurala dönüştüğünü söyleyebiliriz. Dekoratif olarak kullanılan vitrindeki eşyalar aksesuar olarak kullanılmakla beraber bu nesneler işlev üzerinden değil, görüntüden hareketle bir prestij sunmakta ve sahibinin sahip olduğu kimliğe gönderme yapmaktadır. Veblen'den hareketle Baudrillard da nesneleri işlevleri ile sınırlamanın mümkün olmadığını söyler (Baudrillard, 2009: 5). Nesneler ya da eşyalar tüketim toplumu içerisinde akılcılaştırılmış işlevlerinin dışında bir yan anlam taşımaktadır. Vitrinde kullanılan eşyalar örneğin sürahi takımı, gümüş tepsi ya da konsolun üzerinde kullanılan likör takımı, şekerlik asıl işlevleri yönünde meşrulaştırılmışlardır. Ancak o yönde kullanılmamaktadır. Büfede kullanılan eşyalar işlevsel yanlarından dolayı değil, sosyal statü ve prestij değerleri yönünde kullanılmaktadır (Bilgin, 1991: 374). Dolayısıyla nesnelerin işlevselmiş gibi bir görüntüsünün altında asıl gizlenen sahibinin kimliğidir. Dekoratif olarak kullanılan değersiz ve yararsız nesnelere akılcı bir işlev yüklenilmeye çalışılmaktadır. Resimde görüldüğü üzere vitrinde dekoratif olarak kullanılan eşyaların hiç biri işlevsel değildir ya da işlevi yönünde kullanılmamaktadır. Fotoğraftaki büfe eşyaları koymak için kullanılan bir dolap olarak kullanılmamaktadır. Aksine içerisinde dekoratif ya da süs eşyası olarak kullanılan fincan takımlarının, gümüş tepsinin, sürahi takımının, kristal bardak takımının sergilendiği bir vitrin olarak kullanılmaktadır. Bu bağlamda misafir odalarında kullanılan büfeler asıl işlevinin yani mutfakta kullanılan dolap işlevinin dışına ne kadar taşarsa o oranda bir sosyal statü göstergesi olabilmektedir. Özellikle gümüşlerin kullanılması da dikkat çekicidir. Fotoğraftaki misafir odasındaki eşyalar işlevselliğinin dışında bir söylev, düzen, sınıflandırma olarak da karşımıza çıkmaktadır, eşyaların sahibinin bir seslenme biçimidir aynı zamanda. Örneklem değiştikçe kullanılan eşyaların benzer ancak farklı modellerde olduğu da görülmektedir.

Resim 5: Yakutiye- Sanayi Mahallesi



Gösteren	**Gösterilen**	**Gösterge**
Eşyalar	Statü, geleneksellik, sosyo-ekonomik düzey	Misafir odası
Düz Anlam Misafir odasının kendisi	**Yan Anlam** Kalite, model, renk değişse de eşyalar aracılığıyla içinde bulunulan tabakaya karşı sahip olunan statünün ifşası.	
Gösterge		

Tablo 5: Sanayi Mahallesi- Misafir odası göstergesel çözümleme

Sosyal statüsü farklı ailelerde benzer eşyaların kullanıldığı görülmektedir. Örneklemimizin diğer fotoğraflarıyla kıyaslandığı zaman eşyaların konum ve işlev olarak aynı eşyalar olduğu ancak aralarında farklılıkların olduğu görülmektedir. Sosyal derecesi ne olursa olsun, bulunulan mekân ya da çevre neresi olursa olsun benzer eşyalara sahip olmaya doğru bir yönelim söz konusudur. Benzer eşyalar, statü değiştikçe, marka, model ve kalite itibariyle farklılaşmaktadır. Sosyal hiyerarşi basamaklarında yükseldikçe, modern ve çağdaş eşyaların ve renk olarak da daha açık renklerin tercih edildiği görülmektedir. Baudrillard'ın da belirttiği üzere nesneler ya da nesne olarak nitelendirilen her şey toplumsal aidiyet belirtisi olarak görülebilir (Baudrillard, 2009: 12). Bu bağlamda tüketici davranışlarıyla ilgili normların bir taraftan farklı kılmaya yönelik bir taraftan da uyum sağlamaya yönelik olduğu söylenebilir. Kimi nesneler hangi toplumsal katmana ait olunduğunu yansıtırken kimi nesneler de gerçek olmayan, özlemi çekilen bir statüyü yansıtmaktadır. Bu nesneler gerçekçi olmayan yani sahip olunan gerçek statü ya da toplumsal katmanla uyuşmayan ve erişilmesi olanaksız olan bir refah düzeyinin arzulandığını işaret etmektedir. Veblen'de gösterişe yönelik tüketimin sadece üst katmanlara ait olan bir tüketim normu olmadığı üzerinde durmaktadır. İşlevselliği dışında kullanılan eşyaların kırsal alanda da kullanıldığı görülmektedir. Büfe ya da vitrin olarak kullanılan dolap içerisindeki porselen yemek takımları ve porselen fincan takımları gündelik olarak kullanılmamaktadır. Bu eşyalar özel günlerde ve özel misafirleri ağırlamak üzere aslında sergilenmektedir. Katmanlara bölünmüş bir toplum kendisini nesneler eşyalar ya da simgeler aracılığıyla ifade etmektedir. Tüketim normlarının değişmesi ve bu anlamda nesnelere herkesin ulaşabilirliği artık daha mümkünken bu nesneler ya da fotoğrafta görülen eşyalar ve özel mülkiyet görünümü altında toplumsal hiyerarşi varlığını devam ettirmektedir (Baudrillard, 2009: 15). Benzer eşyaların, statü değiştikçe marka model ve kalite olarak farklılaştığı görülmektedir. Fakat sosyo-kültürel çevre özellikleri nedeniyle eşyalar aynı mantık çerçevesinde sergilenmektedir. Fotoğraftaki misafir odasında koltukların ve halıların üzeri aynı renk bir örtü ile kapatılmıştır. Ancak misafir geldiği zaman örtüler kaldırılarak mobilyalar gelen misafire sergilenmektedir. Bunun dışında duvarda asılı olan dini değerlere vurgu yapan tabloya da evin en özel olan odasında, mi-

safir odasında baş köşede yer verilmiştir. Böylece vitrinde sergilenen etrafı yaldızlı bardaklar ya da sadece misafir için kullanılan yemek takımlarının önemi de anlaşılmaktadır.

SONUÇ

Erzurum ilinde "misafir odası" olarak kullanılan mekânların gösterişli bir biçimde sunulması dikkatimizi çeken bir konu olmuştur. Gösteriş amaçlı tüketim olarak değerlendirdiğimiz bu mekânlardaki tüketim, eşyalar ile insanlar arasındaki ilişki bağlamında bir toplumsal statü belirtme biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyo-ekonomik düzeye göre değişen misafir odaları, içerisinde kullanılan eşyaların aynı eşyalar olduğu ve aynı mantıkla dizayn edildiği görülmüştür. Sosyo-ekonomik düzey arttıkça gösterişe yönelik bir tüketim anlayışının da ortaya çıktığını görmek mümkündür. Sosyo-ekonomik düzeyi yüksek semtlerde ikamet eden ailelerin misafir odalarında kullanılan eşyaların renk ve modelleri, sosyo-ekonomik düzeyi düşük olan ya da orta seviye de olan semtlerde oturan ailelerden önemli bir farklılık göstermektedir. Ancak yine de çalışma konumuzu oluşturan semtlerde oturan ailelerin misafir odalarında kullanılan eşyaların tüm semtlerde gösterişe yönelik bir tutumla sergilendiği de bir realitedir. Çünkü Veblen'in de ifade ettiği üzere gösterişe yönelik tüketim sadece üst sınıflara özgü bir davranış biçimi değildir. Daha alt sınıflar da gösterişe yönelik bir tutum içerisindedirler. Her toplumsal katman kendi sınıfı içerisinde bir kıyaslama dürtüsü ile hareket etmektedir. Sosyal statünün varlığı ya da zenginliğin varlığı onun ifşası olmadan bilinemeyeceğinden özellikle evlerin içinde dışarıya ait olan misafir odalarında sergilenmektedir. Kırsaldan şehire doğru gidildikçe sadece eşyaların modeli, markası, rengi değişmektedir temelde aynı dürtü ile aynı amaç ile misafir odaları ya da bu alan içerisindeki eşyalar gösterişe yönelik kullanılmaktadır.

KAYNAKLAR

Açıkalın S., Erdoğan L. (2005). "Veblen'ci Gösteriş Amaçlı Tüketim", Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Sayı: 7, 1-18

Baudrillard J. (2009). Gösterge Ekonomi Politiği Hakkında Bir Eleştiri, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Bal H. (2010). İletişim Üzerine Sosyolojik Yaklaşımlar, Isparta: Fakülte Kitabevi.

Bal H. (2013). İletişim Sosyolojisi, Ankara: Sentez Yayıncılık.

Thorstein V. (2014). Aylak Sınıfının Teorisi. Ankara: Tutku Yayınevi.

Bilgin N. (1991). Eşya ve İnsan, Ankara: Gündoğan Yayınları.

Bilgin N. (1983). Çeşitli Sosyo-Kültürel Gruplarda Eşya Sistemleri ve İnsan- Eşya İlişkileri, İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları No: 28.

Barthes R. (2014). Çağdaş Söylenler, İstanbul: Metis yayınları.

Yüksel A. (1995). Yapısalcılık ve Bir Uygulama M. Cevdet Anday Tiyatrosu, Ankara: Gündoğan Yayınları.

Rifat M. (2013). XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları, İstanbul: YKY

Baudrillard J. (2014). Nesneler Sistemi, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Karaca N. (2015). Türkiye'de Sosyoloji Analiz ve Uygulamalar, Erzurum: Fenomen Yayıncılık.
Kıray M. B. (2005). Tüketim Normları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma, İstanbul: Bağlam yayınları.
Kıray M. B. (1999). Toplumsal Yapı Toplumsal Değişme, İstanbul: Bağlam Yayınları.
Kıray M.B. (2000). Ereğli Ağır Sanayiden Önce Bir Sahil Kasabası, İstanbul: Bağlam Yayınları.
Yacavone K. (2015). Benjamin, Barthes ve Fotoğrafın Tekilliği, İstanbul: Hayalperest Yayınevi.
Marx K. (1997). Kapital, Cilt: 2. Ankara: Sol Yayınları.
Ritzer G. (2011). Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
Goffman E. (2009).Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu, İstanbul: Metis Yayınları.
Özben M. (2012). Kutsallıkların Ölümcül Sıçrayışı: Yapay Kutsallıklar, Ankara: Kadim Yayınları

ÖZET

GÖSTERGEBİLİMSEL BİR YAKLAŞIMLA MİSAFİR ODASI ANALİZİ

Bu çalışmada bir üst tüketim normu olarak görülen "gösterişçi tüketim" kavramının günümüz koşullarında evlerin "misafir odası" olarak ayrılan mekânlarının ve bu mekânlarda kullanılan eşyaların gösterge bilimsel analizi amaçlanmaktadır. Misafir odaları evlerin gösterişi için en uygun yerlerdir. Evin diğer kısımları ile kıyaslandığı zaman bu salonların daha gösterişli olduğu görülmektedir. Bu odalar Thorstein Veblen' in 1899' da üzerine düşündüğü "gösterişçi tüketim" in görüldüğü mekânlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu mekânlardan hareketle tüketim ve toplumsal tabakalaşma arasındaki ilişkiyi de görmek mümkündür. Misafir salonlarındaki eşyalar kendi başlarına bir tanımlama aracı olarak işlev görmektedirler. Bu eşyaların nispi pahalılığı ön planda olmakla beraber, eşya saygınlığın parasal ölçüsü olarak da ele alınabilinir. Toplumsal katmanları ele veren misafir odaları, toplumun bütün tabakalarında bulunmakla beraber, sosyo ekonomik düzeye göre farklılık göstermektedir. Çalışmanın uygulama kısmında misafir odaları ve bu odalardaki eşyalar bir gösterge olarak ele alınıp, Roland Barthes'in gösterge tekniğinden hareketle misafir odalarındaki nesneler göstergesel bir düzlemde analiz edilmiştir. Sosyo-ekonomik düzeye göre farklılık gösteren misafir odaları Erzurum'da ekonomik katmanı ve statü farklılığını yansıtan bir araç, önemli bir gösterge olarak kullanıldığı söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: gösterişçi tüketim; gösterge; misafir odası; statü; tabakalaşma

ABSTRACT

GUEST ROOM ANALYSIS USING A SEMIOLOGICAL APPROACH

This article aims to study the "conspicuous consumption", regarded as a higher consumption norm, the "living room" in the houses as a space under current circumstances and the objects used in this space with a scientific approach. Living rooms are the most suitable places for showing off. When compared to the other parts of the house, these places are observed to be flashier. "Conspicuous consumption" –studied by Thorstein Veblen in 1899- appears mostly in the living rooms. The objects in the living rooms function as a descriptive tool themselves. They are relatively more expensive and they can be regarded as the monetary measure for the prestige. Living rooms demonstrate the social statutes. While they are present in every stratum of the society, they also vary according to the socio-economic level. Living rooms and the objects in these rooms are used as symbols in the application part of the study. They are analyzed in a semiotic plane using Roland Barthes symbol technique. The living rooms varying according to the socio-economic level are tools and significant symbols reflecting the economic strata and statue difference in Erzurum.

Key Words: conspicuous consumption; semiology; living room; statute; stratification