

## Popüler İkon Olarak Sermayedar: Sakıp Sabancı

Gülseren Adaklı

### Giriş

Hıristiyanlık kültüründe dinsel ideolojinin taşıyıcısı olan ikonlar, günümüzün laik, pragmatik kültüründe kapitalist ideolojinin popüler ikonlarına evrilmişlerdir. Grekçe *eikon* kökünden gelen ikon kelimesi, 'kendisine karşı eleştirisiz bir saygı ve bağlılık duyulan nesne' anlamına gelmektedir. Hıristiyanlığın geçmişte dinsel kişileri kutsallaştırarak ürettiği ikonların gördükleri işlev, günümüzün kapitalist sisteminde laik ve pragmatik hale gelen popüler ikonlarca görülmekte ve bunlar, egemen ideolojinin önemli araçlarından birini teşkil etmektedir. Küresel medya şebekesinin piyasaya sunduğu Madonna, Michael Jackson gibi pop şarkıcılarının yanı sıra hamburger ve kola gibi tüketim nesnelere de popüler ikon kategorisine yerleştirilmektedir. Bunlar salt zihinsel kategoriler değildir, fiziksel bir varlıktan türetilirler ve temel özellikleri kültürel bir üretimin nesnesi olmaları; yani

meta karakteri taşımalarıdır. Popüler ikonların üretim süreci, 20. yüzyıla damgasını vuran genel tüketimcilik eğilimiyle bağlantılıdır. 'Küresel' kapitalizm, kendi tapınma nesnelere kolay tüketilecek, sürekli olarak yeniden üretilebilir bir kültürel avadanlıktan seçmektedir.

'Küreselleşme' rüzgarlarının esmeye başladığı 80'li yıllar, popüler ikon patlamasıyla da karakterize olmuştur. Medya endüstrisinin giderek devleştiği bu dönemde hemen her gün yeni bir ikon piyasaya sürülmekte, hızla tüketilmekte ve yerine yenileri konulmaktadır. Bu piyasada müzik endüstrisinin olduğu kadar, *fast food* zincirlerinin, sinemanın, siyasetin ve ekonominin de pop ikonları yerlerini almaktadır. İkon patlaması, çağımızda doğrudan üretici bir güce dönüştüğü iddia edilen ideoloji için ikonların vazgeçilmez hale gelmesiyle ilgilidir. Sistem ikonlara belki de hiçbir zaman olmadığı ölçüde ihtiyaç duymaktadır.

80'lerle birlikte Türkiye de küreselleşmecilik cereyanından ve popüler ikon patlamasından payını almıştır. Ekonomide neo-liberalizm, ideolojik alanda ise yeni sağ, bu dönemin hegemonik kültürünün temel bileşenleri haline gelmiş; İngiltere de Thatcher'ın, ABD de ise Reagan'ın temsil ettiği yeni dünya düzeni nin ülkemizdeki temsilcisi Turgut Özal olmuştur. Devletçilik karşıtlığı, serbest piyasacılık gibi neo-liberal politikaların en önemli retorik temaları ile aile, din, ırk gibi geleneksel unsurların bir arada harmanlandığı yeni sağ ideoloji bu dönemde egemen bloğun şiddetle ihtiyaç duyduğu birleştirici çimentoyu teşkil etmiştir. Yeni/eski, eylem/söz, çağdaş/çağdışı dikotomileri üzerine yükselen Özalcı retorik, sermaye cephesinde TÜSİAD ve onun en popüler temsilcisi olan Sakıp Sabancı ile tekamül etmiştir. Sakıp Sabancı ninki, Türkiye de bir işadınının nasıl olup da kültür endüstrisinin önemli bir figürü haline geldiğinin çarpıcı öyküsüdür. 80 li yıllarda ivme kazanan ekonomik, politik ve ideolojik dönüşümlerin uğrağında bir işadamı, en popüler şarkı-türkücüleri, mankenleri, futbolcuları sollayıp televizyon ve gazetelerde en çok boy gösteren popüler bir ikona dönüşmüştür<sup>1</sup>.

Sakıp Sabancı, kendi deyimiyle '30 bin işçiye aş ve iş imkanı sağlayan, tüm vergilerin % 5 ini ödeyecek kadar mal ve hizmet üreten, 17 çok uluslu şirketin adı ile kendi adını birleştiren, 50 yi aşkın sanayi tesisini kuran ve işleten; 12 kültür sitesi, 16 yurt, 30 okul açan, 1000 öğrenciye burs veren' (Sabancı, 1999:202) dev bir sanayii imparatorluğunun patronudur. Köylülük ile işçi dostu patron imgelerini başarılı bir halkla ilişkiler çalışmasıyla bütünleştiren Sakıp Sabancı, yakın sayılabilecek geçmişte negatif imaları bulunan işadamı imgesinin pozitif bir içerikle doldurulmasında önemli bir rol üstlenmiştir.

Bu çalışma; Sabancı yı, kendi sınıfsal konumundan uzaklaştırarak medyatik bir kişiliğe, giderek popüler bir ikona dönüştüren, kısaca Sakıp Ağa figürünü üreten/inşa eden tarihsel ve toplumsal koşulların izinin sürülmesinden ibarettir. Sabancı nın ikonik karakteri, özellikle 12 Eylül 1980 darbesiyle açılan yeni sürecin kimi özgüllüklerinden büyük pay almıştır. Yazıda öncelikle, popüler ikonolojiye ilişkin genel bir teorik arkaplan bilgisi sunulacaktır. İkinci olarak Türkiye nin 80'lerle birlikte geçirdiği ekonomik ve siyasal dönüşüm yine genel hatlarıyla ortaya konulacak ve isleyen bölümde, bu dönemin kültürel ikliminin tipik özellikleri ve buna bağlı olarak işadamı kimliğinin nasıl dönüştüğü sorusuna yanıt aranacaktır. Dördüncü bölümde ise Sakıp Sabancı nın yaşam öyküsü ile halkla ilişkiler çalışmaları irdelenecek ve Sabancı nın ikonik karakterini oluşturan önemli özellikleri ortaya konulmaya çalışılacaktır<sup>2</sup>.

## 1) Popüler ikonoloji açıklamaları

Popüler ikonolojiye ilişkin en kapsamlı ve bilinen açıklamalar Marshall Fishwick, Spencer C. Benneth, Craig Gilborn, Arthur Asa Berger, Ray Browne gibi yazarların çalışmalarında bulunabilir (bkz. Fishwick ve Browne, 1970). Ünsal Oskaya göre bu yazarlar, günümüz insanının toplum ile etkileşimini açıklamak amacıyla, çağdaş insanın dış gerçekliğini anlamakta kullandığı laik ve pragmatik ikonolojiden yola çıkmaktadırlar (1982:171). Bu açıklamalara göre geçmişte Hıristiyan cemaatlerinin tapınma nesnelere olarak dinsel bir ideolojinin hizmetinde olan ikonlar günümüzde dönüşüme uğrayarak laikleşmiş; Hıristiyanlığın yerini kapitalist sistemin kendisi almıştır.

Bennetha göre mitoloji, ritüelleri gerektirmekte; ritüeller ise ikonları canlı tutmaktadır (1970). Ünsal Oskaya göre ise ikonoloji denen olgu, temelinde yabancılaşmanın bulunduğu bir yanlış bilinç sorunudur (1982:201). Her ikon ya da fetiş önce maddi bir nesnedir ve popüler ikonolojinin, 'her yeni ortamda, kurulan her yeni toplumsal ilişkide, bu insanlar için, her kalıba giren kişiliklerine en uygun kültürel araç olan 'unutma mekanizması'nın rahat ve etkin işlenmesini sağlayan bir anlamlandırma düzeneği' olduğu söylenebilir (1982:205). Günümüzün laik ikonları, dinsel anlamda bir tapınma nesnesi olmamakla birlikte söz konusu unutma mekanizmasını işler kılacak ölçüde kendi çevresinde bir göstergeler bütünü toplamak suretiyle toplumsal hafızayı zayıflatmakta ve böylece tarih ve sınıf bilincini köreltme işlevi görmektedir. Bu ise ideolojik hegemonyanın tesisinde önemli bir role denk düşmektedir.

İkonoloji açıklamaları, bir çok uyarıcı saptamalar içeriyor olsa da, mükemmel bir kuramsal çerçeve sunduğu söylenemez. Bu açıklamaların taşıdığı idealist imaları gidermek ve maddeci bir analiz çerçevesine ulaşabilmek için ikonların ve onların ideolojik işlevlerinin üretim ve sınıf ilişkileri ile organik bağlarının ortaya konulması gerekmektedir. Bu bağlamda Sabancı figürü, 80 sonrası ekonomik ve politik dönüşümün kültürel boyutunu anlamak açısından yararlı bir seçimdir.. 80lerden itibaren uygulanmaya başlanan neo-liberal iktisat politikalarına yaslanan birikim modeliyle, o güne kadar hakim olan devletçi, kamucu, eşitlikçi, dayanışmacı ve benzeri ideolojik motifler arasında uzlaşmaz bir karşıtlık vardır. Egemen ideolojinin birçok unsuru farklı bir biçimde eklenilebilir ama organik unsur temel iskeleti oluşturur. Neo-liberal politikalar uygulanan bir dönemde başarılı bir işadamları profiline ihtiyaç vardır: O işadamları ki; çok dinamikler, müthiş başarılar elde ediyorlardır; ihracat yapıyorlardır, ürünleri dünya piyasalarında kapışıyordu ve işte bunlar sayesinde bütün bir ülke kalkınıyordu, geliyordu. Onla-

nn sağladığı gelişmenin meyvelerini bütün ulus paylaşacaktır... Böylesi bir bilincin egemen kılınabilmesinde başarı öykülerini kendisinde cisimleştiren Sabancı gibi ikonlara şiddetle ihtiyaç duyulur.

Bu dönemde Sabancı'nın sermayedar olarak varoluşu özellikle medya dolayısıyla gözlerden ırak hale gelirken, kişisel özelliklerinin genel magazinleştirme eğilimiyle bağıntılı biçimde ön plana çıkması, popüler ikon olarak üretiminin temel girdisidir. Burada kuşkusuz, onu bir ikon olarak algılayan geniş toplumsal kesimler nezdinde bir çeşit unutmama mekanizmasının da devreye girdiği söylenebilir. Çalışan sınıflar, kendi sınıfsal çıkarlarına karşı örgütlü kapitalizmin en önemli temsilcilerinden birisini eğer kendine yakın hissedebiliyorsa, burada nesnel sınıf çıkarlarının, artı-değer sömürsünün, vb. unutulduğu ve bir yanlış bilincin üretildiği de rahatlıkla söylenebilir. İkonlar ideolojik hegemonyaya böyle bağlanır: Tahakküm ilişkileri gizlenir, meşrulaştırılır; sınıf bilincinin ortaya çıkmasını sağlayacak kanallar tıkanır ve bu yolla egemen güçlere ciddi anlamda denetim olanağı sağlanır<sup>3</sup>.

Yalçın Küçük, 'İdeoloji, eninde sonunda *incarne* dir; insanlarda vücut bulmamış bir ideolojik mücadeleyi düşünmek imkansızdır. Bu nedenle ideolojik savaş bir *icone* yapma ve *icone* kırma, *iconoclaste*, işidir' diyor (2001:10). Kuşkusuz egemen bloğun kritik dönemeçlerde şiddetlenen ikon ihtiyacı, alternatif siyaset için aynı şiddette ikon kırıcılık misyo-nunu gündeme getiriyor. Bu bağlamda, aşağıda Sakıp Sabancı özelinde ikon üretim sürecinin hangi maddi zeminde gerçekleştiğinin yanı sıra, ideolojik mücadelede ikon kırıcılığın önemi de ortaya konmaya çalışılacak.

## 2) 80'lerle Birlikte Yaşanan Ekonomik ve Toplumsal Dönüşüm

### 2.1. Genel Görünüş/Zeminin Kuruluşu

12 Eylül 1980 tarihi sermayedarlar kadar, öne çıkmış politik kimlikler açısından da gerçek bir ayırım noktasıdır. Kuşkusuz en tipik örnek 12 Eylülle birlikte siyaset yasağı getirilen Süleyman Demirel'dir. 60ların Morison Süleymanı, 80 sonrasının demokrasi havarisine dönüştürülmüştür. Demirel, 12 Eylülün paşalarıyla esastan bir sorun yaşamamış olmasına karşın kendisini darbe karşıtı göstermek konusunda, dönemin popüler tarihyazıcıları olan gazetecilerden büyük destek görmüştür. Yalçın Küçük (1990:57) bu ilişkiyi şöyle betimliyor:

12 Eylül komutanları, Demirel ve Ecevit'in yalnızca 12 Eylül'e karşı oldukları izlenimini vermek istediklerini göremediler. Bugün için hiç önemli olmayan güncel manevraları abarttılar ve abartılmasına neden oldular.

Hasan Cemal'in *12 Eylül Günlüğü*'nü okumak, bu abartmanın, belgesel kanıtı oluyor. Hasan Cemal, güncel olarak yazamadıklarını geçirdiği günlük notlarında, Türkiye'de demokratik mücadelenin nabzını, Demirel ile Ecevit'in telefonunda ya da evinde arıyor.

Hasan Cemal, Yalçın Doğan ve Uğur Mumcu gibi gazeteciler Demirel ile yaptıkları telefon görüşmelerini o günlerde yazdıkları gazetelerine taşımaktan imtina etmiş ama daha sonra bu görüşmeler, ciltler dolusu kitaplara tahvil edilmiştir. Kuşkusuz Demirel'in 80 sonrası yükselen imgesel değerinde, önceki dönemde onu Morison Süleyman yapan şeyin izlerinin birer birer silinmesi yatmaktadır. Özellikle işçi sınıfı ile örgütlü solun dağıtılması ve bu güçlerin saldırı pozisyonundan savunma stratejisine geçmeleri, bu izlerin silinmesinde en önemli rolü oynamaktadır.

24 Ocak Kararlarıyla birlikte ekonominin rayının değiştirildiği Türkiye de dengeler bundan böyle hep tekeli sermaye ile yabancı sermayenin stratejik işbirliğini hayata geçirmek üzerine kurulmuş, 'tekellerin istekleri yerine getirilmezse kriz çıkar' tehdidi ile toplum terbiye edilmeye çalışılmıştır. Tekellerin isteklerinin yerine getirilmediği hallerde krizin çıkacağı doğrudur, çünkü sistem bu çıkarılara bağlı olarak tasarlanmıştır ve Türkiye'nin son 20 yılında krizsiz dönemlere rastlamak güçtür. Kriz tehdidi, ekonomik ve sosyal politikaların IMF ve Dünya Bankası gibi kurumların damgasını taşımasına, tekeli sermayenin sınıf çıkarılarını yansıtan politikaların hayata geçirilmesinde daha az engelli bir toplumsal formasyona yol açmaktadır.

Önce darbe, sonra da polis devleti ile solun sindirilmesi, anti-demokratik devlet yapısının sürekli olarak şamarlanan solun siyaset yapmasının, halk kitlelerine ulaşmasının engellenmesi bu dönemin siyasal alanını belirleyici bir etki yapmıştır. Emekçi sınıfların ve küçük burjuvazinin (köylü, esnaf, zanaatkar, vd.) özelemlerine seslenen politikalar ve vaatlerle iktidara gelen DYP, SHP, RP, MHP, DSP gibi partiler, kimi zaman gönülsüzce de olsa terbiye edilerek tekellerin programını uygulamak zorunda kalmış; siyaset-para, siyaset-medya ilişkileri siyasal yapının anti-demokratik niteliği ile birleşince ortada alternatif siyaset için güçlü bir zemin kalmamıştır. Sonuç olarak siyasal sistemin içinden ya da dışından alternatif çıkmamaktadır.

Bu dönemde ideoloji alanı da yeniden yapılandırıldı. Medya ve üniversite gibi ideolojik hegemonyanın iki stratejik kurumunun yeniden dizaynı, sermayenin etkinlik alanını genişletmesinde önemli rol oynadı. Bir yandan büyük sermaye yatırımlarıyla yeniden formatlanan medya sektörünün özel televizyon yayıncılığı ile açtığı cephe Sabancıların, Koç-

ların mallarının reklam aracı olup tekelci düzenin uluslararası plandaki ekonomik ve politik çıkarlarına hizmet ederken; diğer yandan giderek kamucu perspektifini yitiren üniversiteler, 1402'yle birlikte işçi sınıfının organik aydınlarını da kaybederek neo-liberal politikaların lojistik destek ünitelerine dönüştüler. Büyük reklamveren olarak Sabancı'yı 'hayır-sever sanayici' biçiminde sunan medya, fahri doktora veren üniversiteler ve Sabancı'ya övgüler düzen aydınlar bu dönemde türediler.

80'li ve 90'lı yılların en önemli toplumsal göstergelerinden biri militarizmin ve otoriter eğilimlerin Güneydoğudaki savaş ve İslami hareketin yükselişiyle birlikte daha görülür hale gelmesi olmuştur. Bu konular, özellikle Türk Sanayici ve İşadamları Derneği (TÜSİAD) merkezli iş çevrelerinin kamusal söyleme demokratik çözüm önerileriyle dahil olmalarının esas temalarını oluşturmuştur. Sermayedarlar, kapitalist rasyonaliteye uygun, bir siyasal ortam özlemine çeşitli vesilelerle dile getirmişler, Sakıp Sabancı da özellikle Güneydoğu Sorununun demokratik çözümünden yana demeçleriyle gündeme gelmiştir.

## **2.2. Geleneksel İşadamı İmgesinin Dönüşümü ve TÜSİAD**

Geleneksel işadamı imgesinin dönüşümünde de 12 Eylülle birlikte açılan kapıdan içeriye süratle giren yeni değerlerin, yeni politik manevraların ve elbette medyanın rolüyle karşılaşırız. Sakıp Sabancı'nın popüler kimliğini kuran temel faktörler de tarihsel olarak ekonomik ve toplumsal yapının uğraklarına, bu uğrakların tipik özelliklerine bakılarak açıklanabilir. Bu noktada da fazla uzak geçmişe bakmak gereksizdir; doğal olarak gerek ekonomik, gerekse toplumsal ve kültürel yapıda derin bir dönüşüm uğrağı olarak 12 Eylül 1980 -eğer hâlâ uzak değilse bu henüz aşılmamış olmasıyla ilgilidir- bu açıklama için başlangıç noktasıdır.

Bu tarihle birlikte, her şey bir yana, işadamı kimliğinde de ciddi bir dönüşüm yaşanmıştır. 80 öncesinde kitlelerin bilincinde sömürgeci bir insan tipi olarak yerleşmiş, kişisel özellikleri yerine kurumsal -sermayedar, işveren- kimliğiyle ön plana çıkan işadamı imgesinin yerini, kişisel özelliklerin ağır bastığı, sınıfsal kimliğin geri planda tutulduğu, daha insani yönlerinin sergilendiği bir işadamı imgesi almıştır.

80 öncesinde büyük sermayenin patronları kamusal alanda yalnızca kendi sınıfsal konumlarıyla gündeme gelirlerdi ve çoğunlukla göz önünde değillerdi. Bugün ise özellikle televizyon ekranlarında sıkça görünen; halk konserlerinde, futbol maçlarında, açılışlarda, kokteyllerde boy gösteren; sanatla ve hayır işleriyle uğraşan, kitap yazan, kısacası daha fazla insan gibi görünen bir işadamı kimliği ön plana çıkmıştır. Büyük

sermayenin iki önemli temsilcisi Vehbi Koç ile Sakıp Sabancı'nın evlerini, aile hayatlarını gazetecilere açmaları, yaşamöykülerini kaleme almaları, vb. bu imgenin oluşmasında etkili olmuştur.

Özellikle 1990larda sermaye-devlet ilişkilerinde de belirli bir değişim gözlenmiştir. Korkut Boratava göre 90lı yılların başında bu ilişkilerdeki yozlaşma eğilimleri, 'önceki on yıla damgasını vuran uzun dönemli bir perspektif yokluğu ile birleşince Türkiye burjuvazisinin en gelişkin öğelerinin farklı bir siyaset, farklı bir iktidar ve farklı bir perspektif arayışı hızlanmıştır.' Bu yıllar, yine İstanbulun büyük iş çevrelerinde 'vizyon, perspektif, strateji ve plan' gibi on yıldır iktisat politikaları söyleminin dışında kalmış olan kavram ve temaların yeniden 'tedavüle girmesi'nin koşullarını yaratmıştır (1995). Tam da bu sırada TÜSİAD, siyasal özgürlükleri konu alan bir dizi raporla<sup>4</sup>, ekonomik ve siyasal istikrarsızlığa karşı stratejik bir mücadele başlatmıştır.

'Türkiye'nin gelişmiş batı ülkeleri arasında yerini alması için, gerekli ekonomik ve sosyal altyapının kurulması ve geliştirilmesinde aktif rol almak üzere' 1971 yılında kurulan TÜSİAD, 1990lardan itibaren vizyonunu ekonomik alanlardan toplumsal alanlara doğru genişletmeye başlamıştır (TÜSİAD, 1997). Bu genişlemenin kavramsal karşılıkları demokratikleşme ve sivil toplum olmuştur. Kendisini de bir sivil toplum kuruluşu olarak lanse eden ve esasen tipik bir sınıf örgütü olan TÜSİAD'ın yayınladığı demokratikleşme raporları, Türkiye'nin 1984 yılından itibaren girmiş bulunduğu iç savaş koşullarına sermaye cephesinden verilen yanıt olarak görülmelidir. Türkiye'de büyük sermayenin 90lardan bu yana işlediği bir kaç temadan biri olan demokratikleşme, toplumun baskıcı devlet şablonuna karşı demokratik/çoğulcu sivil toplum çifti ekseni oturan bir söylemin kurucu ögesi olmuştur. Prof. Dr. Bülent Tanöre hazırlatılan Demokrasi Raporunda, rejimin iki temel kriz unsuru olan Kürt sorunu ile İslamcı harekete ilişkin çözüm önerileri sunulmaktadır<sup>5</sup>.

Genel olarak sermayenin sınıf çıkarlarını savunmaya ve geliştirmeye yönelik bu çabalar, egemen bloktaki kimi sermaye içi gerilimleri arttırmış ve MGK'nin 'milli güvenlik' konseptini delme girişimi olarak gösterilmeye çalışılmışsa da ortada egemen bloğu bölecek ölçüde temel bir çatışma yoktur. TÜSİAD'ın -ve tabii egemen medyanın- gayretleriyle kamusal tartışmanın hakim unsuru haline gelen sivil toplum kavramlaştırması çatışmayı basitçe devlet ve devlet dışı dinamikler olarak tasvir etmektedir. Devletin, gerek Kürt meselesi, gerekse başörtüsü sorununda baskıcı bir karakter sergilemesi, görünüşte bir sivil toplumun bu karaktere direnişiyle karşılaşmıştı. Oysa TÜSİAD'ın 'insan haklarına saygılı, demokratik, çoğulcu bir toplum' talebinin gerisinde temel olarak

sermayenin ulusal ve uluslararası düzeyde karşılaştığı engellerin aşılması; daha genel bir ifadeyle kâr maksimizasyonunun güvence altına alınması arzusu yatmaktadır.

Öte yandan 90'larda ve özellikle 28 Şubat 1997 tarihli MGK bildirisıyla başlayan süreçte egemen blok, hiçbir zaman olmadığı ölçüde kararlı bir yapıya kavuşmuştur. MGK'nin ya da genel anlamda devletin büyük sermaye ile uzlaşmaz ilişkileri bulunmamaktadır. Kaldı ki MGK'nin asli unsuru olan Silahlı Kuvvetler, Türkiye'nin 5. büyük sanayi kuruluşu olan OYAK'la sermaye ilişkileri içerisinde bizzat yer almaktadır. 1 Mart 1961 tarihinde 205 sayılı yasayla kurulan 'Özel hukuk hükümlerine bağlı bir sosyal güvenlik kuruluşu' olan Ordu Yardımlaşma Kurumu (OYAK) çeşitli sektörlerdeki 26 iştiraki ile bugün Türkiye'nin 5. büyük sanayi kuruluşu olarak faaliyet yürütmektedir<sup>6</sup>.

İncelediğimiz dönemde uygulamaya konulan neo-liberal politikalar, genel olarak 'yeni sağ' adı verilen bir ideolojik formasyonla birlikte hayata geçmiştir. 80'lerin başından itibaren ithal ikamesinden 'ihracata dayalı bir kalkınma stratejisine kayma, kanun ve nizamın yeniden tesis edilmesi, giderek kötüleyen bir gelir dağılımı, yeni tipte bir bireyciliğin ortaya çıkması ve her şeyin ötesinde yeni sağ bir hareketin oluşumu' Türkiye'de 1980 sonrasında yoğunlaşan yeni dengenin en çarpıcı gelişmeleriydi (Tünay, 1993).

Türkiye'de yeni sağ şüphesiz çeşitli geleneksel unsurlarla, onun ideolojik çekimiyle varlığını sürdürdü, fakat aynı zamanda yeni sağ burada ulusal-popüler gündemi anti-devletçilik, özelleştirme, iki ulus projesi, liberal-rekabetçi bireycilik ve açıkça gelişkili İslamcı kapitalist serbest girişimcilik gibi muhtelif yeni değerleriyle birlikte bünyesine kattı. Öte yandan, soruna basit bir kuramsal yaklaşımı başarısız kılacak biçimde, bir çok uyumsuzluk/gelişki/tutarsızlık da yalnızca bu ideolojik çerçevenin içinde değil, aynı zamanda yeni sağ'ın toplumsal dönüşüm ve toplumdaki güçler dengesine yönelik girişiminde de mevcuttu. (Tünay, 1993)

Belki de Muharrem Tünay'ın belirttiği uyumsuzluklar, aynı dönemde ABD ve Avrupa'da atağa geçen yeni sağ ideolojininki kadar sağlam ve uzun süreli bir hegemonyanın Türkiye'de kurulmasına engel oldu<sup>7</sup>. Özalın diline doladığı ortadirek masalları Türkiye kapitalizminin özgün koşullarında geniş bir orta sınıfın yaratılmasına yetmedi. Bu noktada, 80'lerin, başarısızlıkla sonuçlanan hegemonya projesinin baş aktörü olan Turgut Özalın bıraktığı kültürel mirası ve sermaye cephesinin çalışan sınıflar nezdinde kabul gören tezlerini ele almakta yarar var.

### 3. Kültürel Dönüşüm ve Sınıf Bilinci

#### 3.1. Özal'ın Mirası

24 Ocak 1980 tarihli 'ekonomik istikrar' kararlarının mimarı Turgut Özal, büyük sermayenin en önemli temsilcisi Vehbi Koç'un açık desteğiyle<sup>8</sup> 1983'te iktidara geldiğinde ekonomi cephesinin yanı sıra, onunla içsel olarak ilişkili kültürel alanda da önemli bir dönüşüme öncülük etti.

80 öncesinin adalet duygusuna sahip ve çalışmayı fetişleştiren işçi sınıfı, 80'ler ve 90'lar boyunca üretici kimliğinin geri plana itildiği, esasen tüketici kimliğiyle varılmaya başlayan bir ortadirek mitinin taşıyıcısı haline geldi. Reel ücretlerdeki düşüşe paralel olarak ironik biçimde tüketimcilik eğilimi gelişmeye başladı (Durukal, 2000). Bu çelişkinin kaynağı, sistemin genel olarak çelişik öğelerini bir arada tutmasını sağlayan ideolojik önderlikte, bir başka deyişle Özalıcılıkta aranmalıdır.

Özal projesi topluma gelişme (çağı yakalamak, çağ atlamak), köklü bir değişme, tabuların yıkılması retorikleriyle sunuldu. Bu sunuşun en önemli özelliği ise, projenin bu amaçlar doğrultusunda tekliğini, biricikliğini de iddia ediyor olmasıydı. Yani toplum ya bu projeyi, ya da bu retoriklerin ima ettiği oluşumların tersini kabul etmiş olacaktı. Seçenekler; bir yanda Özal projesi, diğer yanda başka, düşünülmüş veya düşünülebilecek her proje olmak üzere ikiye indirgenmişti. (Mutlu, 1995)

Erol Mutlu'nun sözünü ettiği ikili seçenek pusulasında kitleler büyük ölçüde mührü Özalın projesine basmışlardır. Klasik işçi sınıfının yanında reel olarak büyüyen beyaz yakalı işçiler/hizmet sektörü çalışanlarıyla birlikte bütün çalışan sınıflar, ortadirek mitinin ideal taşıyıcı adayları olarak kendilerini borsada oynamak, kredili alışveriş yapmak<sup>9</sup>, ucuz tabloid gazeteleri ve 'Tele-Vole', 'Deli Yürek' gibi ucuz eğlence metalarını tüketmek gibi bir dizi kültürel pratiğin içerisinde bulmuşlardır. Kentli işçi sınıfının günlük hayatında eğlence giderek televizyon ve erkekler için futbol ile sınırlı olmaya başlamıştır (Boratav, 1995:116).

Bu tür kültürel pratiklerin, çalışan sınıfların anlam haritalarında bir muğlaklaşma ve sığlaşma yaratmaktan öte, belirli siyasal edimlerini de olmuştur. En azından son 20 yıl içerisinde Türkiye siyasetinin en önemli sorun alanları olarak tarif edilen Kürt sorunu ve Siyasal İslam, kitlelerin bilincindeki Kürt-Türk, laik-şeriatçı çatışmalarını besleyen bir egemen söylemin kurucu unsurları haline gelmiştir. Bütün bu gelişmeler süresince işçi sınıfının bilinci, kendi özgün çıkarlarından uzaklaşırken, sermaye sınıfının bilincinde ise bir yükseliş ve canlanma gözlenmektedir. Korkut Boratav sermayenin sınıf bilincini üç ayrı çıkar türünün (tekil,

kısmi ve genel) kurduğunu ve 1980 sonrasında bu üçünün birbiriyle fazlaca çelişmeksizin uyum içerisinde devreye girdiğini belirtmektedir:

Burjuvazinin, devleti sadece tekil veya kısmi çıkarların bekçisi olarak görmekten vazgeçmesi; bir sınıf olarak ortak ve uzun dönemli çıkarlara da sahip olduğunu fark etmesi ve devletten bunların gözetilmesini talep etmesi belli bir sınıf bilincine ulaşması anlamına gelir.

..işadamlarının iktidarda yer alan -ve hemen hemen tümü siyasete iş çevrelerinden gelmiş olan- siyasetçilere, Özal ailesine, zamanına göre Pakdemirli'ye, Taner'e, Çelebi'ye bürokrasi katını atlayarak doğrudan ulaşabilmeleri; birlikte katıldıkları dış gezilerde sorunlarını çözebilmeleri, bir süre için sermaye-iktidar ilişkilerine "yeni, rahat ve ferah bir üslup" getirmiştir. (Boratav, 1995:88-9)

Özalın Türkiye siyasetine ve kültürüne armağan ettiği 'yeni' değerler, sistemin stabilizasyonunda önemli bir rol oynamıştır: Mütevazılık, ağırbaşlılık gibi değerlerin yerini kendini beğenme, yarışmacılık, aşırılık gibi davranış kalıpları almıştır. Devlet bürokrasisinin sermaye ile ilişkileri 80 öncesinde daha formel/bürokratik bir mekanizmaya dayanırken 80'lerden itibaren bu mekanizma, daha fazla informal ve kişisel ilişkiler düzlemine çekilmiştir. Devlet adeta bir aile şirketine dönüşmüş, Özal ailesinin fertleri, herhangi bir yönetsel pozisyonda olmasalar dahi karar alma süreçlerinde aktif rol almışlardır. Öte yandan yerel yöneticilerin siyasetteki ağırlıkları artmış, 'yerel' ve 'kişisel' güzellemleri, 'devletin piyasadan elini çekmesi' söyleminin ideolojik motifleri olarak iş görmüştür:

Kamu politikalarından kaynaklanan yeni "avanta" alanları böylece doğarken, bunların oluşturulması, dağıtımı ile ilgili yetkiler devletin bürokratik katmanından devletin siyasi katmanına intikal etmekte idi. Özellikle ANAP dönemi, iktisat politikası konularına 'anti-bürokratik' bir söylemin egemen olduğu ve buna bağlı olarak "bürokratik işlemlerin sadeleştirilmesi" iddiasıyla geleneksel olarak bürokrasinin üst kademelerine ve uzmanlara ait olan yetkilerin doğrudan doğruya ilgili belediye başkanına, bakana, başbakana ve (Özalın Çankaya'ya çıkmasından sonra) cumhurbaşkanına geçtiği yıllardır. (Boratav, 1995:95)

Bütün bu gelişmeler, halkın genel olarak siyasete, siyasetçilere, devlete ve tabii iş çevrelerine bakışında bir farklılaşmaya yol açmıştır. Şimdi bu farklılaşmayı, Türkiye toplumununun 'değerleri' ve kurumlara duyduğu 'güven'i test eden bir araştırmasının sonuçlarına bakarak irdeleyelim.

### 3.2. Bir Araştırmanın Sonuçları

Buraya kadar anlatılanlar, temel sınıfların verili toplumsal formasyondaki kültürel konumlanışlarına ilişkin bir zemin teşkil ediyor. Her ne kadar sermaye cephesine girdi sağlamak üzere dizayn edilmiş olsa da, işçi sınıfının sermayeye ilişkin imgelemine ortaya koymada ufuk açıcı olduğunu düşündüğümüz bir araştırmanın sonuçlarını bu bölümde irdelemekte yarar var. Boğaziçi Üniversitesi öğretim üyesi Prof. Dr. Yılmaz Esmer tarafından Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etütler Vakfı (TESEV) için 1990 ile 1997 yılları arasında yapılan bir araştırma, halk kitlelerinin <sup>10</sup> sermayedarlara bakışının önemli ölçüde değiştiğini gösteriyor.

Araştırma, İstanbul, Gaziantep, Adıyaman, Denizli ve Burdur il merkezlerinde yaşayan ve 18 yaşın üzerindeki nüfus arasından tesadüfi örneklem yöntemiyle seçilen 2.705 kişiyle yapılan yüz yüze mülakatlara dayanıyor. İnsanlar 'işadamı'ndan ne anlamakta? İşadamlarının yaşam biçimlerini kendilerinden ne kadar uzak görmekte? İşadamlarına ne ölçüde güven duyuluyor? Toplumun iş adamından beklentileri nelerdir? İşadamı politikaya karışmalı mı? gibi soruların ele alındığı bu ilginç araştırmanın, 'işadamlarına güven' ve 'piyasa ekonomisi ile ilgili değerler' bölümleri özellikle bizi ilgilendiriyor.

1990 yılında yapılan bir araştırmada, 'Sizce insanların çoğuna güvenilebilir mi? Yoksa başkalarıyla ilişki kurarken veya iş yaparken dikkati elden bırakmamak mı gerekir, şeklindeki soruya 'İnsanların çoğuna güvenilebilir' cevabını verenlerin oranı bütün Türkiye için yüzde 10 olarak bulunmuştu. 1997 yılında yapılan başka bir araştırmada bu oranın yüzde 6.5'e düştüğü, 1998'de gerçekleştirilen 'Toplum Gözüyle İşadamı' araştırmasında ise, insanların çoğuna güvenenlerin oranının İstanbul'da yine yüzde 6.1, ama diğer dört ilde (Gaziantep, Adıyaman, Denizli ve Burdur) yüzde 3-4 dolayında olduğu saptanmış.

Kişiler arası güven düzeyi bu derece düşük seyrederken düzenli olarak yapılan güven araştırmasının yıllara göre önemli değişiklikleri ortaya koyduğu görülüyor. Bunlardan en önemlisi ise iş dünyasına karşı duyulan güvenin düzenli bir yükselme eğilimi göstermesi. 1990 yılında, yüzde 28'lik güven oranıyla 'büyük şirketler' toplumun en az güven duyduğu kurumlar arasında yer alırken 1998'de güven oranı % 100'ün üzerinde ki bir artışla % 62'ye yükselmiş.

Burdur, Gaziantep, Adıyaman ve İstanbul illerinde 1990-1997 yılları arasında gerçekleştirilen ve basın, sendika, ordu, televizyon, mahkeme, polis, büyük şirketler, siyasi partiler, Avrupa Birliği, sanayiciler, Birleşmiş Milletler, büyük tüccarlar, TBMM, esnaf, hükümet, belediye gibi kurum-

lara duyulan güven düzeyinin soruşturulduğu bu araştırmada da Silahlı Kuvvetler e güven daima en üst sırada yer alırken en az güven duyulan kurum olarak siyasi partiler ve İstanbul, Gaziantep ve Denizli de ikinci olarak TBMM geliyor. Yerel yönetimlere duyulan güven oranında merkezi hükümete göre ciddi bir yükseliş eğilimi mevcut. Güven oranları bakımından, İstanbul, Burdur ve Denizli de 16 kurumluk listede orduyu 'sanayiciler' izliyor.

Araştırmanın önemli bulgularından biri de ankete katılanların 'sanayiciyi, üretim yaparak memlekete hizmet eden fabrikatör'ü, 'şaiBELi ser vet sahipleri'nden ayırmaları. Soru kağıdına yerleştirilen faizci/üretimci ayrımı, özü itibarıyla farklı olmayan kapitalistleri ahlaklı, namuslu ve ahlaksız, namussuz, tefeci, rantçı gibi terimlerle ikiye bölerek esasen bir bütün olan sömürü ilişkilerinin gizlenmesine hizmet ediyor.

Öte yandan araştırmanın mülkiyete ilişkin bulguları bir çelişkiyi ortaya koyuyor. İnsanlar, üretim araçlarında kamu/devlet mülkiyeti yerine özel mülkiyeti tercih ederken devletten hemen her alanda hizmet bekliyorlar. Ekonomide devlet müdahalesi taraflılarının oranı ise oldukça yüksek çıkıyor<sup>11</sup>. Anlaşılan o ki, 80'lerle birlikte 'kamucu' anlamında devletçi tutumlarda bir gerileme gözlenirse bile, egemenler, arzu ettikleri toplum modelini ve zihniyet kalıbını bir türlü tam olarak yaratamıyorlar. Bunun en tipik göstergesi, çok güçlü medya manipülasyonlarına rağmen IMF politikalarına ve özelleştirme uygulamalarına aktif rıza sağlanamamasıdır<sup>12</sup>.

#### 4. Sakıp Sabancı: "Hayatı ve Eserleri"

##### 4.1. "Hayatı..."

Sabancı Grubunun temellerini atan Hacı Ömer Sabancı, 1906 yılında Kayseri'nin Akçakaya ilçesinde doğmuş ve 1921 yılında Adana'ya göçmüştü. 1925 yılında Adana'da pamuk ticaretine başlayan baba Sabancı, zamanla, hükümetlerin ve bununla birlikte bürokrasinin de yardımıyla devleşen bir sanayii imparatoruna dönüşmüştü. Bugün tekstilden bitkisel yağa, finans alanından turizme kadar pek çok yatırım alanında söz sahibi olan Sabancı Grubunun kurucusu Hacı Ömer Sabancı'nın özellikle 1930'lardan itibaren yükselişinde genç Türkiye Cumhuriyeti'nin temel siyasal ve ekonomik tercihleri belirleyici olmuştur. İzmir İktisat Kongresi ile temelleri atılan ekonomi programı, ülkede eksikliği hissedilen milli burjuvaziyi yaratmayı ve geliştirmeyi hedeflerken bunun taliplileri arasında zamanla Sabancı da yerini almıştır (bkz. Tekeli, 1983). Asıl atılımlarını 1950'lerde yapan Hacı Ömer Sabancı'nın Mende-

res-Bayar hükümetleriyle olan yakınlığı, yatırımlarının önündeki engelleri aşmasında önemli bir rol oynuyor.

Sakıp Sabancı, 1985 yılında *İşte Hayatım* adıyla yayınladığı kitapta, babası Hacı Ömer in Akçakaya köyünde başlayan yaşamının bir sanayii imparatorluğuna evrilmesi sürecini anlatmaktadır. Sakıp Sabancı, babasının köyünde 1933 yılında doğmuş. Doğduğunda ailesi Adana da yaşıyorken, yazları Kayseri ye gidilirmiş. Kendisinin deyiimiyle vasat bir öğrenci olan Sabancı lise ikinci sınıfta -1950- zaturreeye yakalandığından okulu bırakmak zorunda kalmış (Sabancı, 1985:41-2).

Altı kardeşten ikincisi olan Sakıp Sabancı'nın ağabeyi İhsan, işlerin ucundan tutmadığı gibi, ailenin kamuoyu gözündeki itibarına da gölge düşürmüştür. Adana'nın zengin bir erkeğe sunduğu eğlence dünyasından kopamayan İhsan Sabancı, Sakıp Sabancı'nın anılarında örtük bir dille anlattığı üzere, bir baltaya da sap olamamıştır. Hacı okumamış ama Sakıp gibi yönetici olmuş; Şevket ise Manchester a, babasının iş dünyasına girdikten sonra tanışmış olduğu İngiliz Mr. Chesher in yanına gönderilmiş ve tekstil okumuştur. Erol, ağabeyi Şevket gibi ekonomi, Özdemir ise kimya mühendisliği öğrenimi görmüş; Sakıp, ikinci büyük çocuk olarak babalarının 1966 yılındaki ölümünden bir yıl sonra kardeşleriyle birlikte kurdukları holdingin başına geçmiştir.

Sabancı geleneksel bir aile yapısı içerisinde otoriter bir babanın hakimiyetinde küçük yaşta işe koşularak büyümüş; sağlık sorunları nedeniyle 1953 yılında ilk kez Avrupa ya gitmiş ve bundan sonra bir ayağı Avrupa ve Amerika da olmuştur. 1964 yılında Adana Ticaret ve Sanayii Odası başkanlığına ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği nin (TOBB) Yönetim Kurulu na seçilen Sabancı, zamanın sanayii imparatorluğu olan Koç Grubuyla kıyasıya bir mücadeleye girmiştir. Yaşamöyküsünü anlatırken bu konuyu uzun uzun anlatan Sabancı, Vehbi Koç tan hürmetle söz ederken dahi aralarındaki gerilimi hissettirmektedir.

Sabancıların 80li yıllarda büyük desteğini görecekları Turgut Özal la ilişkileri eskiye dayanmaktadır. 1970 yılında Nihat Erim Hükümeti kurulduğunda DPT Müsteşarı olan Özal, görevinden istifa ederek Demirel in tavsiyesiyle Dünya Bankasında çalışmak üzere ABD ye gitmiştir. 2 yıl sonra ise Sabancı, Özal a şirketlerinin başına geçmesi için teklif götürmüş ve ekibiyle birlikte gelen Özal, 4 yıl süreyle holdingin genel koordinatörlüğünü üstlenmiştir<sup>13</sup>.

Sakıp Sabancı, Adana ya gelen Kayserililerin yazgısının ticaretle başlayıp toprak sahipliği ve tarımla sürdüğünü ve sanayicilikle nihayete eriştiğini belirtmektedir. 1. Dünya Savaşı sırasında ülkeyi terk eden Erme-

ni ve Rumların mülkleri, buralarda kalan az sayıda girişimcinin işine yararmış, benzer bir gelişme Varlık Vergisi sırasında da söz konusu olmuştur<sup>14</sup>. Ticaret ve sanayii burjuvazisini oluşturan gayrimüslimlerin mal varlıkları ve işletmeleri yerli bir burjuvazi yaratma hamlesine girişen yeni Cumhuriyetin yöneticilerini adeta tahsisatçı konumuna sürüklemiş ve Hacı Ömer de bu tahsisattan payını almıştır. Ancak burada bir parantez açmakta yarar var: Hacı Ömer gayrimüslimlerin Adana da bıraktıkları kimi atölye ve işletmeleri kullanmaya başlamışsa da geride kalan gayrimüslimlerle ticari bağlantılarını güçlendirmekten, onlarla ortak iş yapmaktan da geri durmamıştır. Ayrıca bugün Türkiye de yabancı ortaklarla en fazla çalışan gruplardan biri olan Sabancı Topluluğunun bu geleneğe bağlı kaldığı söylenebilir<sup>15</sup>.

Kuruluş yılları boyunca büyük sanayii destekleyecek yan kuruluşların yokluğunda bu açığı da kendisi gidermeye çalışan Sabancı Grubu, örneğin fabrikalarında çalışan işçiler için toplu yemek, toplu ulaşım, dağıtım gibi işlere de el atmışlardır.

Sabancı Holding, kuruluşundan itibaren pek çok yeni girişim alanında istikrarlı sayılabilecek bir biçimde büyümüş ve bu süreçte en büyük sermaye gruplarından biri olan Koç'la muhtelif sürtüşmeler yaşanmıştır. Hatta Odalar Birliği Başkanı olduğu dönemde Sakıp Sabancı, konumunun sağladığı avantajla, Vehbi Koç'a kimya alanındaki bir girişim için lisans verilmesini engellemiş ve bu alandaki kendi yatırımına hız kazandırmıştır.

80lere kadar mutedil bir seyir izleyen Sabancı Grubu, 80lerle birlikte genel olarak sermayeye açılan kapıdan büyük bir rahatlıkla girmiş ve asıl büyük hamlesini de bu dönemde yapmıştır. Yalçın Küçük, *Türkiye Üzerine Tezlerin 3. cildinde Sabancı Sermayesinin 12 Eylülle bağını şöyle açıklıyor:*

12 Eylül'den, kendilerini Cumhuriyet rejimi ile yaşıt ve özdeş sayan Koç Sermaye Grubu, "temsili" niteliğini kaybetmiş olarak çıkıyor. Hep Koç Sermaye Grubunun uydusu olarak hareket etmiş olan Eczacıbaşı Sermayesi de eski ağırlığını yitiriyor. Şöyle de söylenebilir: 12 Eylül'de sanayi sermayesinin siyasal yapısı monolitik özelliğini geride bırakıyor. Bayar-Menderes rejimi ile doğan Sabancı Sermaye Grubu, çok daha yayılmacı ve aragon bir politika izliyor. 12 Eylül yöneticileriyle kurduğu yakınlıktan yararlanarak rakip Karamehmet Sermaye Grubu ile çatışmasını yargı mekanizmalarına kadar götürürken, Koç grubuna karşı vur-kaç taktiğini uyguluyor. Tam bir Eylülüst Kompleks olan Enka Grubu ile birlikte Sabancı Sermayesi

(...) hızla ve engelsiz işleyen devlet mekanizmasının isteklilerinin ve dolayısıyla da hasatçılarının başında yer alıyorlar (1996:77-8).

Sabancı, Türkiye için yepyeni olan girişimlerini başlatırken özellikle devlet kuruluşlarındaki eski bürokratları bünyesine katmaya uğraşmıştır. Bunun dışında ise ticaret, sanayi ve finans alanında Müslüman Türklere göre çok daha yetkinleşmiş bulunan gayrimüslimlerle ilişkilerini her zaman sağlam tutmuştur. Örneğin Sabancı Grubunun ve Türkiye'nin en önemli tekstil fabrikalarından biri olan BOSSA'nın kuruluşunda üç gayrimüslimin büyük katkısı olmuştur: Nesim Kasado, Avandis Kazancıyan, Elyafım Kandiyoti.

#### 4.2. "...ve Eserleri"

Sakıp'ın babası Hacı Ömer, kamuoyunda cimrilik ithamlarına vesile olacak ölçüde eli sıkı bir adam olmasına rağmen, palazlanmaya başladığı günlerden itibaren özellikle heykellere ve antika eşyalara merak salmış. Bu alışkanlık, oğluna da geçmiş ve feodal kalıntıların üzerine yükselen girişik (arabesk) bir sanat koruyuculuğu üslubu Sabancı'nın yaşamının temel unsurlarından biri haline gelmiştir. Sakıp Sabancı, Türkiye'nin en önemli sanat eseri simsarlarından birisi olan Rafi Portakaldan bu konuda danışmanlık hizmeti almıştır. Bu hizmetten önce, yerel kültüre ait ürünler yerine el yordamıyla topladığı Van Gogh ya da Rembrantlarla idare eden Sabancı, Rafi Portakalın dahiyane buluşuyla 'gerçeği' kavramıştır. Portakal ona, Anadolu kültürüne ait eserlerden oluşan bir koleksiyon önermiştir, zira dünyanın 'en ileri' ülkelerinde bile işadamları kendi kültürel ürünlerini biriktirmekte ve sergilemektedirler. Günümüz kapitalizminin yerel olanı yücelterek metalaştırma anlayışını bu öneride gözlemlemek mümkün görünüyor. Sabancı bu tavsiyeye uyarak, Şeker Ahmet Paşalara, Osman Hamdi Beylere yönelmiş; ileride New York Metropolitan Müzesi'ne kabul edilecek olan hat koleksiyonunu oluşturmaya başlamıştır.

Sabancı, 1960ların sonlarından itibaren Türkiye kapitalizminin en önemli kurumlarından biri haline gelmeye başlayan vakıfların da öncülüğünü yapmış bir holding patronudur. 1974 yılında kurulan Hacı Ömer Sabancı Vakfı (VAKSA) bünyesinde, liberalizmin lojistik kampı olarak tasarlanan Sabancı Üniversitesi başta olmak üzere okullar, yurtlar, sağlık tesisleri, spor kompleksleri ve sosyal merkezler gibi 'hayır' kurumlarını barındırmaktadır. Sabancı'nın vakfı gibi bir holdinge bağlı olan vakıfların 'hayır' adı altında yarattığı ideolojik etkinin yanısıra önemli bir özelliği de vergi mevzuatı ile ilgilidir. 1967 yılında çıkarılan 903 sayılı yasa ile vakıflar, o dönemde güç ve şekil kazanmaya başlayan hol-

ding sisteminin en önemli yapı taşlarından biri haline gelmeye başlamıştır. Yasayla birlikte belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere belirli bir malın tahsisi ile kurulan vakıflar, eğer gelirlerinin % 80'ini genel, özel ve katma bütçeli idarelerin hizmetleri arasına giren (eğitim, sağlık vb.) işlere ayırırlarsa, Bakanlar Kurulu kararıyla önemli oranda vergiden muaf tutulmaya başlandı (Tekeli ve Menteş, 1982). Takdir edileceği üzere bu tarihten itibaren büyük holdinglerimiz zaman kaybetmeksizin kendilerini hayır işlerine 'vakfetmeye' başladılar ve bu sürecin ilk adımı 1969 yılında kurulan Koç Vakfı ile atıldı<sup>16</sup>.

Sabancı'nın sanata olan 'merakı', onun halkla ilişkiler çalışmasının önemli unsurlarından birini teşkil etmektedir. Sabancı, 80lerin başında 'halkla ilişkiler' kavramının önemine vakıf olmuş ve kendisini medyatik bir kişiliğe kavuşturan stratejik adımları bu dönemde atmaya başlamıştır. 80li yılların başında *Milliyet* gazetesindeki işinden ayrılıp Sabancı Grubunda çalışmaya başlayan Güngör Uras, Sabancıya bu konudaki temel düşünceyi ve motivasyonu kazandıran kişi olmuştur. Ona göre, 'halka en iyi mesajı, o konuyu en iyi bilen kimse verir'di ve dolayısıyla Sabancı'nın kendi reklamını kendisinin yapması son derece yerinde bir karar olacaktı. Sabancı bu öneriye sonsuz biçimde bağlanmış ve o günden sonra 'aracısız satış' yapmaya başlamıştır (Sabancı, 1985:322)<sup>17</sup>. Sabancıya göre bu satışlar arasında en önemlileri, gazete-lerde yayınlanan iki röportajdır ve bunlar toplumda varolan 'zalim fabrikatör' imgesini dağıtan bir etki yaratmıştır. Birincisi, Ertuğrul Akbay tarafından *Günaydın* gazetesinde, diğeri isî Yazgülu Aldoğan tarafından *Hürriyet* gazetesinde yayınlanan iki yazı dizisinin ardından 1985 yılında Sadun Tanju tarafından hazırlanan 'Traktörden Kadillağa' başlıklı dizi, 23 gün süreyle *Hürriyet* sayfalarında yer almıştır. Söz konusu yazı dizilerinde yer alan aile fotoğrafları ile diğerk samimi pozların, Sabancı'nın edinmek istediği pozitif imaja doğrudan hizmet ettiği açıktır.

*İşte Hayatım* in kapağında yer alan fotoğrafında Sabancı, Turgut Özal'ın ekranlardan gözümüzün içine sokmaya çalıştığı kalemını tutar. Sabancı bu kitapta, yazımızın temel izleklerinden biri olan işadamı imgesinin dönüşümüyle ilgili çarpıcı bir saptama yapmış: 'Ben hiçbir şey yapmadım ise, 1980li yıllarda Türkiye'de tek bir şey yaptım: Halka gerçek işadamını sevdirdim. Gerçek sanayiciyi sevimli hale getirdim. Vergisini veren adamın zenginlikten utanmayacağını gösterdim' (1985:321). Bu operasyonu Sabancı'nın kendi başına yapmadığını yukarıda sunmaya çalıştığımız tarihsel arkaplan bilgilerinden çıkarabiliriz kuşkusuz ve elbette hegemonik olanı nasıl kullandığına bakarak. Genel olarak belir-

siz bir 'seçkin' kategorisinin karşısına 'halkın içinde yetişmiş biri', 'bir halk çocuğu' imajıyla çıkan Sabancı, 'Halk Sabancıyı Nasıl Görüyor' başlığıyla yaptırdığı kamuoyu araştırmalarıyla da yarattığı etkiyi ölçmeye başlamıştır. 14 ilde ve 4124 kişiyle yapılan bu anket çalışması, Hürriyet gazetesinin 20 Mayıs 1985 tarihli sayısında yer almıştır. Araştırmaya göre Sabancı, %62 oranında 'işçi babası', % 69 oranında ise 'zengin olmasına rağmen, halktan biri gibi davranır, sosyetik değildir' biçiminde tanımlanmıştır (Sabancı, 1985:325-6). Buna benzer bir başka araştırma da Sabancı'nın halkla ilişkiler çalışmasının önemli halkalarından birini oluşturmuştur. 23 Ağustos 1985 tarihinde *Milliyet* gazetesi, Sosyal ve İktisadi Araştırmalar Kurumu SİAR'ın '50 Milyonu Etkileyen İlk 10' başlıklı bir araştırmasını yayınlamış, burada da Sabancı, Kenan Evren ile Özalın arasına yerleştirilmiştir. Bu anketle saptanan ilk 20'nin 5'i işadamaı, 4 ü asker (darbeci generaller), 3 ü Özal ailesine mensup kişilerdir. 80lerin ortalarından itibaren popülerleşen Sabancı imajı, günümüze kadar Sabancı Grubunun meşruiyet alanını kuran temel unsurlardan birine dönüşmüştür; Sabancı, medya stratejisiyle adeta kendi kendisini pazarlayan bir SA'dır.

1999 yılında muhafazakar romancılardan Tarık Buğra'nın Sabancı'nın hayatına öykünerek yazdığı *Patron* adlı oyun kamuoyunun gündemini meşgul etmiştir. Devlet Tiyatroları repertuarına Sabancı imtiyazıyla sokulduğu iddia edilen oyunun galasında oyuncuların Ali Sürmeli, oyunun bir sanat yapıtı olarak görülemeyeceğini, kişisel çıkarların devreye girdiğini iddia ederek olay çıkarmıştır. Gözlerinin önünde cereyan eden olayı sükunetle karşılayan Sabancı, oyuncunun tavrının ne kadar demokratik olduğu üzerine yaptığı konuşmayla medyatik kişiliğini bir kez daha perçinlemiştir<sup>18</sup>.

Bu olayın ardından gittiği Boğaziçi Üniversitesinde sosyalist öğrencilerin protestosuyla karşılaşan Sabancı'nın, imajına hiç de uygun olmayan biçimde sinirlendiği gözlenmiş ve ağzından şu veciz sözler dökülmüştür: 'Sosyal oğlu sosyalistim, bir sürü sosyal tesis yaptım.'

### 5) Sabancı'nın ikonik üretimi

Sakıp Sabancı'nın medya dolayımı ikonik üretiminin öne çıkan temel motifleri nelerdir; Sabancı hangi özellikleriyle bir tür ikonik dokunulmazlık elde etmektedir? Yukarıda anlatılmaya çalışılan politik, ekonomik ve ideolojik arka plan çerçevesinde Sakıp Sabancı'nın popüler imajının hangi retorik unsurlarla ve nasıl kurulduğuna daha yakından bakarsak, birbiriyle taban tabana zıt/çelişik kimi temel değerlerle karşılaşırız: Halkçılık, doğallık, çağdaşlık, geleneklere bağlılık, uzlaş-

macılık, hoşgörü, vb. Birbirleriyle sorunsuz biçimde yanyana getirilen bu çelişkili değerler arasındaki bağ, yukarıda genel olarak tanımlanan maddi zeminde kurulmaktadır.

... siyasal bir önder için popülist cazibe unsurları öncelikle bu önderin seçkinliğini yadsımaya ve bulanıklaştırmaya yönelik olmalıdır. Böylesi bir retorik; önderle halk arasındaki benzerlikleri öne çıkaracak, seçmenlerin dikkatini önderin savaşıma verme iddiasında olduğu diğer seçkinlerin gücü üzerinde odaklayacak biçimde kurulmalıdır. 'Halkla birlikte seçkinlere karşı' şeklindeki özdeşlik formülü tüm popülist retorik için esasını oluşturur. (Mutlu, 1995)

Erol Mutlu'nun Özal incelemesinde yaptığı yukarıdaki saptama yerindedir ve geleneksel bir siyasal önder olmamakla birlikte apaçık siyasal bir özne olan Sabancı için de geçerlidir. Sabancı, Özal'ın 'vizyon sahibi' kişi imajı çerçevesinde ördüğü 'halkla birlikte seçkinlere karşı' retoriklerini, hep birlikte bürokrasiye karşı ya da en genel anlamda 'devlete karşı' biçiminde yeniden üretmektedir. Bu retorik için harekete geçirdiği temel söylemsel formasyonda ise, dünya ölçeğinde düşünme, bilimsel ve teknolojik ilerlemeleri takip etme, barış içinde bir arada yaşama ve demokratikleşme gibi malzemeler bulunmaktadır.

Sakıp Sabancı'nın popülerleşmesindeki en önemli özelliklerinden biri, işçilere karşı takındığı tutumdur. Sabancı sürekli olarak işçileriyle dostane, samimi bir ilişki kurduğu izlenimini yaratmaya çalışmaktadır: Onlarla yiyip içen, onlarla ağlayan, onlarla gülen iyi niyetli bir patron imajı... Sabancı işçilerle kurduğu ilişkiyi uzlaşma, dürüstlük, hoşgörü terimleriyle ifade etmektedir<sup>19</sup>.

Bir yandan yeniliklere ayak uydurmanın, dünyayla bütünleşmenin ve ilerliciliğin savunusunu yapan Sabancı, öte yandan geleneksel değerlere bağlılığın da simgesi olmaya çalışmaktadır. Basit ve mizahi dille konuşması, köylülüğü anımsatan bir Türkçeyi kullanması Sabancı'nın da halktan biri, dolayısıyla herkesin çalıştığı ve inandığı ölçüde 'başarılı' olabileceği görüşünü desteklemektedir. Cimri değildir ama tasarrufludur; babasından miras kalan 'iş mecnunluğu' (Sabancı, 1985:117) ona başarının kapılarını açmıştır...

Bütün bunlar, Sakıp Sabancı'nın genel anlamıyla ortak duyuya<sup>20</sup> seslenen bir dili kullandığını ortaya koymaktadır. Ortak duyuya eklediği temel değerler, küreselleşme ideolojisiyle uyum içerisindedir. 80'lerin neo-liberal politikalarının kültürel alandaki karşılığı, küreselleşme söylemidir. Sabancı'nın içinden konuştuğu bu söylem, özellikle 1998 tarihinde yayınladığı *Başarı Şimdi Aslanın Ağzında* adlı kitabında belir-

gindir. 'Öğütçü' ya da 'başarıya giden yollar' kategorisine giren bu kitapta, Sabancı olabildiğince şematik ve apaçık çelişkilerle dolu ifadeler kullanmaktadır. Salih Memecan'ın Sabancı karikatürleriyle görselleştirilen kitapta yabancı dil bilmenin, dünya ölçeğinde düşünmenin, çok-kültürlülüğün (Sabancı, 1999:180), projeciliğin nimetleri sayılırken; fizibilite, strateji, bilimsellik, verimlilik, serbest piyasa ekonomisi, düzenleyici devlet, devletin piyasadan elini çekmesi, teknolojik yenilikler, risk alma, uzmanlaşma, vb. gibi teknik terimlerin altı çizilmektedir. Bunların karşısında ise din ve inanç, atalar/kök (38) aile (40-44), gelenekler, "müesseseseleşmek ama KİTleşmemek" (115) gibi bir çeşit dengeleme işlevini gören ortakduyusal temalar yer almaktadır.

Sabancı'nın bu kitaptaki dili ve üslubu, günümüzde para kazanmanın güçleştiği ama bunun akılcı davranışlarla -yani Sabancı'nın öğütlerine uyarak- başarılabileceği fikrini işlemektedir. Olabildiğince klişeleşmiş bir dilin kullanıldığı kitapta sıklıkla şöyle cümlelere rastlanıyor: 'devleti hortumlamayın', 'işinizi evinize, evinizi işinize taşımayın', 'çalışma arkadaşlarınızı özenle seçin', 'kefenin cebi yok', 'arkanızda eser bırakın', 'para her şey değildir'... Aslında 'hayatta başarılı olma'nın sırlarını açık-lar gözüken Sabancı'nın kullandığı dil, ortakduyusal kalıpların bir kola-jından ibarettir ve açıkladığı sırlar, esaslı başka sırları maskeleymektedir: Hayatta başarılı olmak, bir başka deyişle Sabancı olmak için, daha çok sömürmelisiniz...

## Son Söz

İçimizden biri gibi görünmeye çalışan Sabancı, küreselleşmecilik ile yerelcilik gibi çelişik bir çok öğeyi sorunsuz biçimde bir araya getirirken, son 20 yıla damgasını vuran Özalcı retoriği başarılı biçimde yeniden üreten bir sermayedar kimliğinin tipik temsilcisidir ve kendi sınıfının atipik görünen temsilcileri için de bir çeşit kalkan, imaj uzmanı görevi üstlenmektedir. Sabancı, bir TÜSİAD üyesi olarak demokratik değerlere bağlı olduğunu, sivil toplumun geliştirilmesi gerektiğini söylerken esasen şu temel soruyu yanıtsız bırakmaktadır: Kimin için demokrasi? Sabancı'nın demokrasi anlayışı, genel olarak sermayenin anlayışıyla paraleldir ve 'serbest piyasanın özgürleştirilmesi' anlamında kodlanmaktadır; elbette bu özgürlük de tarihsel başka güçler tarafından sınırlanmaktadır. Öte yandan işçilerle yaptığı toplu sözleşme görüşmelerinde ne hoşgörü, ne özgürlük, ne de dürüstlük gibi değerlerin gerçek bir hükmü vardır. Sabancı ya ait işyerlerinde sendika, toplu sözleşme ve grev en sevimsiz sözcükler olarak görülmektedir. Sabancı'nın işyerlerinde işçiler günde yalnızca iki kez çay içebilirler; çalışanların bütün

davranışları, kar maksimizasyonu ilkesinin kontrolü altındadır.

Yukarıdaki alan araştırmasının çarpıcı sonuçlarından biri de büyük şirketlere güvenin kişi olarak sanayicilere güvenin gerisinde kalmasıydı (*Radikal*, 28 Kasım 1998). Bu bulgu, bizim sorunumuz açısından şöyle bir sonuca işaret ediyor: Kurumsal olarak güven, bireysel özelliklerin gerisinde kalıyor çünkü olayları ve olguları tarihsel bağlamından ve sınıf ilişkilerinden yalıtarak bireysel başarı öyküleriyle kişiselleştirme, ikonlaştırma faaliyetinin en önemli unsuru. Kitleler kişiyi bir sanayici olarak olumluyor ama onun ayrılmaz parçası olan holdingini benimsemeyebiliyor, bunun göstergeleri ise sermayenin açık destek verdiği IMF politikaları ile sınıfa saldırının en önemli boyutunu oluşturan özelleştirmelerin bir türlü emekçi kitlelere benimsetilememesidir<sup>21</sup>.

80'lerden itibaren ekonomide kamucu perspektifleri etkisiz kılan neo-liberalizm ile birlikte yeni sağ ideolojinin hegemonyası genel anlamda hızla tesis edilmiştir. 1980 yılında kamucu siyaseti zor yoluyla tasfiye eden askeri darbeyi sevinçle karşılayan sermaye sınıfı, 90'lardan itibaren sahte bir demokrasi-özgürlük söylemini harekete geçirmeye çalışmıştır. Bu sınıfın en popüler temsilcisi olan Sakıp Sabancı da, bugünkü düzenin mimarlarından birisidir ve aslında ne gelenekçi, ne yenilikçi; ne özgürlükçü, ne disiplinli; ne demokratik, ne de merkezizetçi değildir: Sabancı, Türkiye de kapitalizmin 'ikonik' patronudur, o kadar...

Türkiye de egemen bloğun 80'ler ve 90'lardaki hegemonya mücadelesinin başansı büyük ölçüde sınıf mücadelesinin ve sınıfın örgütlü gücünün bastırılmasına bağlıydı. Solun işçi sınıfı önderliğini dramatik biçimde kaybetmesi, alternatif bir siyasetin oluşturulmasını da büyük ölçüde güçleştirdi. Bu dönemde solun geleneksel değerleri, devrimci figür ve göstergeleri yerlerini Sabancı gibi sağcı ikonlara bıraktı. Ancak Sabancı gibilerin göstergesel güçlerini yerinden eden ikon kırıcı eylemlere de rastlandı. Bunlardan biri, geçtiğimiz yıl bir özel televizyon kanalında yayınlanan tartışma programlarından birinde yaşandı. Canlı olarak yayınlanan bu programda İşçi Partisi lideri Doğu Perinçek, Sabancı'nın çok önemli bir ikonik özelliğini ansızın yerle bir etti: Sakin ve kendi düşmanlarına bile hoşgörülle yaklaşabilen, geniş görüşlü işadamı özelliğini. Perinçek, stüdyoda kendi masasından kalkarak işçi temsilcilerinin bulunduğu masaya gelen Sabancı'nın cebine yapışıp 'işte paralar buraya akıyor!' diye birkaç kez bağırduğunda Sabancı o bildik sükunetini ve genişliğini kaybediverdi, sınırlendi, ne yapacağını bilemedi. Oysa iki dakika önce 'ben aslında işçileri çok severim' türünden bir cümle eşliğinde münazaranın karşı ucuna, kendi 'düşmanlarının' masasına geçtiği sırada Sabancı, böyle bir tavrı hiç beklemiyor -

du. Aniden gelişen davranış üzerine Sabancı, gizlediği tırnaklarını çıkarıp Perinçeki şikayet etmeye başladı: 'Halkı perişan eden işte bu kafal..' Devletçi/-kamucu düşüncenin simgesi olarak gösterilen 'o kafa' ile sermayenin kafası arasında televizyon ekranlarına yansıyan bu mücadeleden kimin galip çıktığı üzerine kapsamlı bir izleyici araştırması yapmamıza gerek olmadığını sanıyorum, çünkü şunları biliyorum: Sabancı bugün Perinçekten çok daha güçlü bir popüler imgedir. Perinçek bütün popülerliğine rağmen onunkine yaklaşamaz. Ancak burada önemli olan, yaklaşık 20 yıldır egemenliğini sürekli kılmaya çalışan ideoloji, solcu/kamucu/devletçi söylemin buharlaşmasına neden olmuştur; şöyle ya da böyle, bu ikonik kişinin saygınlığı, içine düşürüldüğü anlık/beklenmedik durumla sarsılmıştır ve gerçekten halkçı/kamucu perspektifi benimseyen her politik özne Sabancı benzeri ikonları kırmakla mükelleftir.

## Notlar

1) Abonelerinin medyada yer alma sıklıklarını ölçen Ajans Press in Haziran 2000'de basın, televizyon ve radyo haberlerinde en çok yer alan 100 kişi listesinde Sabancı, 318'le birinci sırada yer alıyor. Gösteri dünyasının en ünlülerinden İbrahim Tatlıses bile bu rakamın altında kalmıştı. Bkz: *2000'de Yeni Gündem* (2000, 18 Temmuz).

2) Bu incelemenin, günümüzde sosyal ve beşeri bilimler alanının neredeyse ortodoksisi haline gelmiş olan 'kültürelci' yaklaşımlara karşı, maddi hayatın üretimi ve yeniden üretiminin kültürel olanla nasıl kopmaz bağlar taşıdığını, 'kültürel alan' olarak ayrıştırılmaya çalışılan fenomenler dünyasının üretim ve sınıf ilişkileriyle bağıntısını ortaya koymak gibi bir amaca da hizmet edeceği düşünülmektedir.

3) Burada ideoloji sözcüğüne kısa bir açıklama getirmek gerekiyor. İdeoloji terimini genel olarak toplumsal bilinç biçimlerine işaret etmek için kullanıyorum. Bu bağlamda doğru ya da yanlış ideolojilerden değil, üretim ilişkilerinin bir işlevi olarak açığa çıkan hakim bilinç biçimlerinden söz ediyorum. Bu konuda daha ayrıntılı ve doyurucu tartışmaları özellikle bu sayıda yer verdiğimiz Emre Arslan'ın "Karşıtların Birliğinde Kültür ve İdeoloji: Sınıf Kavgasının Uğrakları" başlıklı yazısında bulabilirsiniz.

4) Anayasa profesörü Bülent Tanör'e hazırlatılan ve Ocak 1997'de *Türkiye'de Demokratikleşme Perspektifleri* başlığıyla yayınlanan çalışmanın, 'Demokrasi İçin Katkıya Çağrı' başlıklı Önsöz bölümünde bu raporlar şöyle

anılıyor: "...1989-90 yıllarında yayınlanan *Yasalarımız, Haklarımız* başlıklı çalışma; 1991-92 yıllarında 9 öğretim üyesine hazırlatılarak TBMM Başkanlığına sunulan ve Meclis Başkanı tarafından yayınlanan Anayasa çalışması, 1993-96 yılları arasında yayınlanan, kamu yönetiminin yeniden yapılanmasını öngören ve seçim sistemleri üzerine tartışma açan üç çalışma..." Bkz. <http://www.tusiad.org.tr>

5) 1997 yılında yayınlanan ilk rapor, 2000 yılında özellikle siyasal partiler, seçimler, imam-hatip liseleri vb. gibi konularda yasal ve anayasal değişiklik önerileriyle genişletilmiştir. (TÜSİAD, 2000).

6) 205 sayılı OYAK Yasasına göre Kurum, Kurumlar vergisine tabi değildir; Kuruma yapılacak bağışlar, Kurumun ne nam altında olursa olsun, üyelere veya kanuni mirasçılara yapacağı yardımlar Veraset ve İntikal Vergisiyle Gelir Vergisinden; yapacağı her türlü muameleler dolayısıyla Damga Resminden; daimi ve geçici üyelere yapılacak aidat tevkifatı ile her türlü gelirleri Gelir Vergisinden muafır. OYAK'ın çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren 26 iştiraki bulunmaktadır. Bu iştiraklerden Oyak Renault, Mais ve Goodyear otomotiv ve yan sanayi sektöründe; Omsan, taşımacılık sektöründe, Selyak, petrol ürünleri üretim ve pazarlama sektöründe; Adana, Bolu, Ünye, Mardin, Elazığ, OYSA Niğde, OYSA İskenderun Çimento fabrikaları, çimento sektöründe; AXA-OYAK Holding, OYAK Menkul Değerler, OYAK BANK, Sümerbank ve Halk Leasing, finans ve sigortacılık sektöründe; Hektaş, tarım ilaçları sektöründe; Tukaş, Tam Gıda, Eti Pazarlama, gıda sektöründe; OYAK İnşaat, inşaat sektöründe; OYTUR, turizm sektöründe; OYTAŞ, dış ticaret sektöründe; OYPA, perakendecilik sektöründe; OYAK Güvenlik, güvenlik sektöründe faaliyet göstermektedir. Bkz. <http://www.oyak.com.tr>

7) Burada kısaca değindiğimiz hegemonya projesiyle ilgili olarak Tünay'ın 1993'te yayınlanan makalesindeki görüşleri ilginçtir ancak kendisinin de belirttiği gibi bu sürecin teorizasyonu kolay değildir, tartışma götürür. Söz konusu makale şu temel sonuçla noktalanıyor: "Türkiye'de iktidar bloğu, amerikansever liberalizm ile islami köktendincilik arasındaki ideolojik çatışma gibi içsel çelişkilerinin üstesinden gelebilecek yetenekte değildir." Bugün söz konusu çatışmanın sürdüğünü söylemek mümkün, ancak vaktiyle ekilen bol yağlı ideolojik tohumlarının yeşerdiğini de kabul etmek kaydıyla.

8) Vehbi Koç, 12 Eylül Darbesi'nden üç hafta sonra bir mektup yazarak, işçi sendikalarına taviz verilmemesi ve Turgut Özal'a tecrübeli bir bürokrat olarak siyaset sahnesine çıkışı için vize verilmesi konularında Kenan Evren'den ricacı olmuştur.

9) Taner Berksoy'un bir araştırmasına göre toplumsal gruplar içinde taksitle

alış-veriş yapma eğilimi en yüksek olan grup, % 74 oranıyla işçilerdir (1989).

10) Araştırma, tesadüfi örneklem yöntemiyle seçilmiş denekler üzerinde yapıldığı ve bunların sınıfsal kökenleri belirtilmediği için ortaya çıkan tablonun sınıfsal analizini yapmamız mümkün görünmüyor; ancak araştırma, genel anlamda bir fikir vermesi açısından yararlanılabilir bir kaynak olarak görülmüştür.

11) 1993-98 arasında "devlet yapsın" denilen konulardan oranın arttığı tek alan "cami inşaatı"dır.

12) Muharrem Tünay'a göre (1993) 1980 sonrasında yaşanan gelişmeler Türkiyede genel olarak hegemonya tesisinin yoğun ve çok yönlü operasyonlara karşın gerçekleştirilemediği yönünde. Bunun nedenleri kuşkusuz kapsamlı araştırma ve çözümlenmeleri gereksinior.

13) Sabancı, *İşte Hayatım*'da Turgut Özal'ın 1976 yılında kendi işini kurmak üzere holdingden ayrıldığını söylese de Özal'ın işten atıldığına dair iddialar mevcuttur.

14) Adana'ya yerleşen Kayseri'lilerden Nuri Has'ın ihbarıyla Hacı Ömer de 316 bin lira Varlık Vergisi ödemek zorunda kalıyor. (Sabancı, 1985:53)

15) Sabancı'ların iki temel iş prensibine sahip oldukları anlaşılıyor: Devletle, askerle sıkı-fıkılık ve yabancılarla/gayri-müslimlerle ortaklıklar kurma. Bunlar Türkiye'de tekellerin en temel iş prensipleridir. Türkiye'deki tüm tekeller devlet desteğiyle ve yabancılarla iş yaparak yaratılmıştır.

16) Koç Vakfının malvarlığı bugün 1 milyon ABD doları, Sabancı Vakfının malvarlığı ise 1999 sonu itibariyle 141 trilyon TL'dir.

17) 12 Eylül'ü takibeden günlerde burjuva basını Sabancı'ya geniş yer vermeye başlamış, Sabancı'nın halkla ilişkiler departmanı da bu yolda büyük çabalar sarf etmiştir. Hemen her gün Sabancı'yla ilgili bir haber gazetelerde yer alırken, bu konuda en büyük destek ise kuşkusuz büyük sermayenin temsilcisi olan Simavi ve Karacan gruplarından gelmiştir.

18) Radikal Gazetesi köşe yazarı Perihan Mağden, "Bir Trilyonerin Meddah Olarak Portresi" başlıklı köşe yazısında (2000) "... gönül insanı, çiçek patron, latan guru, güler yüz ve hoşgörünün her daim çekili flaması ..." dediği Sabancı'nın bu komik görünme arzusunu eleştiriyordu.

19) "Büyük şirketlere duyulan güvende artış", "siyaset ve sendikalara güvensizlik", "hayır sever işadamı", halktan birisi", "anti-elitizm", "popülizm", "işçi dostu patron", "Sakıp Ağa", "binlerce insana ekmek veriyor" gibi motiflerin maddi bir zemininin de bulunduğunu kabul etmek gerekir. Sabancı gerçekten de ülkenin en önemli "yatırımcı"larından birisidir. Sürekli daralarak krizler yaratan ve çalışan sınıflar için "işsizlik", küçük burjuvazi için de "iflas"

üreten bir ekonomide 'iş isteyenler' ve 'yatırım isteyenler" devletin işlevsizleştiği, sendikaların, siyasetin alternatif üretmediği, vaatlerini yerine getiremediği bir ortamda mücadele kararlılığını yitiren işçi sınıfı ve küçük burjuvazinin Sakıp Ağaların popülist söylemlerinin daha fazla alıcısı duruma gelmesi doğaldır. "Hayırsever"liğini bu kadar vurgulayan birine, "Ağanın eli tutulmaz" denmesi de bu anlamda tuhaf kaçmasa gerek...

20) Ortakduyuyu yani toplumda yaygın kabul gören değerler silsilesini iyi temsil edenler ya da iyi değerlendirenler (örneğin manipüle edenler, o silsile içerisindeki fenomenlerin uygun bileşimini bulabilenler) toplumsal/kültürel egemenlik alanına girebilirler. Hegemonya, ortakduyu üzerindeki mücadele ile doğrudan ilişkilidir. Bu konuda Praksis'in önceki sayısında yer alan "Diyalektiği Çalıştırmak: Bertell Ollman'ın Marksizme Katkısı" başlıklı yazıya bakılabilir (Arslan ve Mura, 2001).

21) İkon üretiminin günümüzdeki ideolojik işlevini yine popüler bir alandan, spor müsabakalarından bir örnekle açıklamak mümkün. Futbol da basketbol da hem takım oyunudur hem de giderek daha fazla metalaştırılan alanlardır ama örneğin Hakan Şükür ya da Fatih Terim gibi futbolun, İbrahim Kutluay gibi basketbolün ikonları bu sistemli çalışmayı ve üretim ilişkileri ağını gözlerden irak tutarlar. Sistemli çalışmayı, eforu, teknik üstünlüğü ve kuşkusuz finansal gücü bir araya getiren takım için başarı imkansız değildir ancak bugün futbolu Hakan Şükür'süz ya da basketbolu İbrahim Kutluaysız ("12 Dev Adam"sız da denilebilir) düşünemeyiz. Sabancı figürü ise, futbol ve basketbol gibi 'oyunlara' göre hayatımızı daha fazla karartan bir örgütlü çalışmanın ikonu olarak işlev görüyor; sermaye sınıfının örgütlü kapitalist çalışmasını, kişisel bir çabaya ve efora hapsediyor ve bu sınıfın tarihsel rolünü görünmez kılıyor.

## Kaynakça

2000'de Yeni Gündem (2000) "En Medyatik SA: Sabancı Haziran'da da Medyada En Çok Yer Alan İşadamı Unvanını Korudu", (18 Temmuz).

Arslan, E. ve Mura, B. (2001) "Bertell Ollman'ın Marksizm'e Katkısı: 'Diyalektiği Çalıştırmak'", *Praksis*, Sayı 3, s. 102-30.

Benneth, S. C. (1970) "Christ, Icons and Mass Media", M. F. ishwick ve Ray B. Browne (der.) *Icons of Popular Culture*, Bowling Green, Ohio: Rowling Green University Press, 91-102.

Berksoy, T. (1989) *Enflasyonun Hahehalkı Üzerindeki Etkileri*, İstanbul: İTO.

Boratav, K. (1995) *1980'li Yıllarda Türkiye'de Sosyal Sınıflar ve Bölüşüm*,

İstanbul: Gerçek.

Durukal, E. (2000) "Türkiye'de Popüler Kültür ve Kitle Kültürü", *Sosyalist Politika*: 25, 64-71.

Eralp, A., Tünay, M. ve Yeşilada, B. (1993) Introduction, Eralp, A., Tünay, M. ve Yeşilada, B. (der.) *The Political and Socioeconomic Transformation of Turkey* içinde, Westport, Connecticut, London: Praeger, s. 1-10.

Esmer, Y. (1998) "İşadamlarına Güven Arttı", *Milliyet* (28 Kasım).

Fishwick, M. ve Browne, R. B. (der.) (1970) *Icons of Popular Culture*, Bowling Green, Ohio: Bowling Green University Press.

Küçük, Y. (1990) *Türkiye Üzerine Tezler (1908-1998)* 3. Kitap, Ankara: Tekin.

Küçük, Y. (2001) *Tekelistan*, İstanbul: YGS. (2. baskı)

Mağden, P. (2000) "Bir Trilyonerin Meddah Olarak Portresi", *Radikal* (16 Nisan).

Mutlu, E. (1995) "Özal ve Özalcılık", *Mürekkep*: 3-4, s. 49-62.

Oskay, Ü. (1982) *19. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*, Ankara: A.Ü. SBF Yayınları.

*Radikal* (1998) "Halk İşadamına Politikacıdan Daha Çok Güveniyor" (28 Kasım)

Sabancı, S. (1985) *İşte Hayatım*, (Basım yeri belirtilmiyor), Radar Reklam AŞ.

Sabancı, S. (1999) *Başarı Aslanın Ağzında*, İstanbul: Mart. (3. Baskı).

Sönmez, M. (1987) *Kırk Haramiler: Türkiye'de Holdingler*, İstanbul: Gözlem.

Tekeli, İ. ve Menteş, G. (1982) "Türkiye'de Holdingleşme ve Holding Sisteminin Mekandaki Örgütlenmesi", İ. Tekeli (der) *Türkiye'de Kentleşme Yazıları* içinde, Ankara: Turhan, s. 261-97.

TOBB (1995) *Doğu Sorunu: Teşhisler ve Tesbitler*, TOBB Özel Araştırma Raporu, Ankara. (Temmuz).

Tünay, M. (1993) "The Turkish New Right's Attempt at Hegemony", Eralp, A., Tünay, M. ve Yeşilada, B. (der.) *The Political and Socioeconomic Transformation of Turkey* içinde, Westport, Connecticut, London: Praeger, s. 11-30.

TÜSİAD (1997) *Türkiye'de Demokratikleşme Perspektifleri*, İstanbul: TÜSİAD Yayınları.

TÜSİAD (2000) *Perspectives On Democratisation In Turkey Progress Report 1999 (Executive Summary)*, İstanbul: TÜSİAD Yayınları.