

## SİGARANIN KÜLTÜREL TARİHİ\*

DIDIER NOURRISSON, École Normale Supérieure'ün Cachan'daki şubesinde öğrenim gördü. Lyon'daki Claude Bernard Üniversitesi'nde ve Lyon Pedagoji ve Eğitim Yüksek Okulu'nda yakın tarih profesörüdür. Çalışmaları daha çok içki, tütün, uyuşturucu gibi bağımlılık yapıcı maddelerin tarihi üzerinedir. Bu alanda sonuncusu *Une histoire du vin* (2017) olmak üzere, *Le saga Coca-Cola* (2008), *Histoire sociale du tabac* (2000), *Le Buveur du XIXe siècle* (1990) gibi pek çok kitap yazmış, sayısız makale yayınlamıştır.

\*SEL YAYINCILIK / KÜLTÜREL TARİH KİTAPLIĞI

**\*SEL YAYINCILIK**

Piyerloti Cad. 11 / 3 Çemberlitaş - İstanbul  
Tel. (0212) 516 96 85

<http://www.selyayincilik.com>  
E-mail: [halklailiskiler@selyayincilik.com](mailto:halklailiskiler@selyayincilik.com)

**SATIŞ - DAĞITIM:**

Çatalçeşme Sokak, No: 19, Giriş Kat  
Cağaloğlu - İstanbul  
E-mail: [siparis@selyayincilik.com](mailto:siparis@selyayincilik.com)  
Tel. (0212) 522 96 72 Faks: (0212) 516 97 26

**\*SEL YAYINCILIK: 877**  
KÜLTÜREL TARİH KİTAPLIĞI: 08  
ISBN 978-975-570-887-4

**SİĞARANIN KÜLTÜREL TARİHİ**  
**Didier Nourrisson**

*Türkçesi: Alev Er*

*Özgün Adı:*  
Cigarette  
*Histoire d'une allumeuse*

© Editions Payot & Rivages, 2010  
© Sel Yayıncılık, 2016

Cet ouvrage a bénéficié du soutien des Programmes d'aide à la publication de l'Institut français  
Bu eser, *Institut Français* kurumunun yayına destek programından yararlanmışır.

*Genel Yayın Yönetmeni: İrfan Sancı*  
*Editör: Cihan Özpınar*  
*Yayına hazırlayan: Selahattin Özpabalıyıklar*  
*Kapak görseli: Frederick William Fairholt, "A Smoking Club"*  
*Kapak tasarımı ve teknik hazırlık: Gülay Tunç*

*Birinci Baskı: Eylül, 2017*

Baskı ve Cilt: Yayıncılık Matbaası  
Fatih Sanayi Sitesi, 12/197-203  
Topkapı-İstanbul, 567 80 03

Sertifika No: 11931

# İÇİNDEKİLER

<b>Giriş</b>	
<b>BU BİR PİPO DEĞİLDİR</b> .....	7
<b>1. TÜTTÜRME KEYFİ</b> .....	13
Her şey “sigar”la başlar.....	13
Tüttürme Batı’yı tutuşturuyor .....	20
Avrupa’daki ilk sigara, İspanyol sigarasıdır .....	28
İlk direniş çabuk savuşturuluyor .....	30
Fransa enfiyenin esiri .....	35
Dumansız ateş olmaz .....	37
Romantik tüttürme deneyimleri .....	42
Tıbbi tüttürme .....	46
<b>2. SİGARANIN İCADI</b> .....	49
Sigar ve “sigaret” .....	49
“Tüttüren erkeğin işveli işçi kızı” ve “cesur kadının sigareti” .....	54
“El dikişi” .....	60
Sigara kâğıdının icadı.....	62
Endüstriyel sigaranın doğuşu .....	63
Makineleşme piyasanın hizmetinde .....	70
Küçük şuh kadının Güzel Çağ’ı .....	76
<b>3. SİGARANIN DAYANIKLI YÜRÜYÜŞÜ</b> .....	81
Tüttürme adabı .....	81
Bir sanatçı “tarz”ı: Sigaralı adam.....	89
Ordu savaşa tüttürerek gidiyor.....	90
Reklam şuh kadını yaratıyor .....	95
Aşk ateşleri.....	101
<b>4. TÜTÜN ÇALIŞANLARI</b> .....	107
Tütüncü köylü .....	107
Sigara işçisi kızlar .....	115
Meslek: tütün satıcısı .....	120

<b>5. SİGARA, YÜZYIL SONUNUN TOPLUMSAL ZEHİRİ</b> .....	127
Issızlıkta öksürenler var .....	127
Tütün yoluyla gerçekleşen zehirlenmenin anlaşılması .....	129
“Tabajizm” kavramı .....	133
Sağlıkçılar örgütleniyor.....	138
Tütün karşıtı ilk kampanyalar .....	140
<b>6. İKİ SAVAŞ ARASINDA SİGARA</b> .....	149
14-18 arasında tütürmek .....	149
“Erkek kız” savaşa gidiyor.....	153
Tam reklamlık .....	157
Güzel yabancılar .....	164
Tütürücünün can dostu .....	166
<b>7. SAVAŞ SONRASINDA SİGARA</b> .....	169
Fransız sigarası savaş kurbanı.....	169
Erkekler sarışın sever .....	174
Kadınlar: güzel, hem de soluk kesen güzeller.....	183
Sigarama.....	186
Gençler: Eldeki hazır hedef kitle.....	190
Tütün baloncuk çıkartıyor .....	195
<b>8. SİGARA İNSANI TÜKETİYOR</b> .....	205
Tütürücülerin kansere yakalanmaları anti-tabajizmi başlatıyor.....	205
Filtre çağı ve “bilgelerin” filtre kullanımı .....	210
Sonunda devlet işe karışıyor .....	214
Karşı ateş başlıyor.....	221
Yüzyılın sonunda sigara.....	229
<b>9. TÜTÜRÜYORUM, NE OLMUŞ?</b> .....	233
Öne doğru koşu .....	233
Tütürmeyen varlık.....	236
Son sigara .....	241
Başka yerlerde tütürme ya da Το κάπνισμα μπορεί ί να σκοτώσω ι (“tütürmek öldürür”).....	243
Sigara, modernitenin görünmez karakteri .....	246
<b>Sonuç</b>	
<b>SİGARA, ARTIK SADECE SİGARA DEĞİLDİR</b> .....	249
Notlar .....	253
Kaynakça.....	281
Görsel Listesi .....	297

## Giriş

# BU BİR PİPO DEĞİLDİR

İsterseniz yola bir gerçeküstülükle çıkalım ki ne demek istediğimiz anlaşılın. René Magritte 1937’de atölyesinde tuhaf bir pipo tablosuna imza atar: gül ağacı kökünden, epey kararmış, haznesi, sapı ve ağızlığıyla epey gerçekçi çizilmiş, kısacası her şeyiyle tastamam bir objedir. Ama pipo, kırık beyaz renkte, hatta renk dışı, gerçekdışı bir boşlukta salınır gibidir. Ağızlığı içine almış bir dudak, sapı tutan bir parmak, çevresinde herhangi biri yoktur. Ressam, gelen izleyicilerin şaşkınlığına son noktayı koymak için de tuvale kırmızı harflerle şöyle yazmıştır: “Bu bir pipo değildir.”

Bu bir sigara da olabilirdi. Hepimiz sigara imgesini iyi biliriz. Böyle bir obje vardır, ama o *benim* sigaram değildir. Onu görür, ama tanımayız. Varlığı gerçekdışıdır. Aksiyonu –çıkardığı duman– henüz rüşeym halindedir, çünkü görüldüğü gibi, henüz yanmıyordur. Herkesin kafasında, toplumun tam kalbindedir sigara.

Bu tablonun bize söylemek istediği iki “şey” var. Bir yandan, objenin tarihsel temsilinin ille de objenin bizatihi kendisi olması gerekmediğidir. Yani demek istiyorum ki obje, toplumsal ve siyasal bir bütünün unsurudur. Demek ki sigara toplumu görmemizi sağlar. Ona ışık tutar, yakar, tahrik eder.

Öte yandan, obje sigaranın kendisi bizatihi bir kültürel bileşkedir: sigarada tütün vardır, ama kâğıt da vardır. Çevresindeki ortamda paket, kibrit ve duman da vardır. Sigaranın çevresinde dolaşan ve onu parmakları arasında çevirip duran erkek ve kadın özellikle unutulmamalıdır. Sonuç olarak, benim sigaram Magritte’in piposundan daha çok “yerleştirilmiş” değildir. Bir kenara bırakılmış da değildir (bir marka olarak), çünkü zamanda ve mekânda hareket eder.

Esasen “sigara” dendiğinde anlamamız gereken nedir?

– “Bayağı” yani herkes için sıradan ama neredeyse sihirli güce sahip bir şey. Bunu tarife bile gerek yok, çünkü herkes bilir. Kim ki bunu yok sayar, alnını karışlarım. Bu sıradanlık onu görünür gerçeklik haline

getirir ve tanımlanmasını engeller. Sigara, bizatihi kendisi dolayısıyla, bir gizemdir ve basitlik onun maskesidir: “Görünüşte basit bir şey olan sigaranız modern bir yüksek teknoloji ürünüdür. (...) Karmaşık yapısı görüldüğünden çok daha kurnaz ve düzenbazdır.”<sup>1</sup>

Objenin sıradanlaştırılmasının kaynağında standartlaştırma ve kitle-sel üretim yatar. Dolayısıyla sigara, sanayi devriminin kaynaklık ettiği ürün gamına dahildir. Esrarenizliği, mekânda dağılıp gitmesi ve kendisi gibi nemden arıtılmış kutu ve kılıflarda (onluk ya da yirmilik paketler halinde) toplanmasının büyük bir hüner ve beceriyle sağlanmış olması nedeniyledir.<sup>2</sup> Sigaranın (yeniden isimlendirilmesi ve şöhretinin artması anlamında) yeniden ünlenmesini sağlayan temel tarihsel verilerden biri, “Bondon” denen yuvarlak rulo paketlerden yassı paketlere geçilmesidir.

– Ayrıca sigara, basitçe küçültülmüş, minicik bir şeydir. Tıpkı fıçı-cıkların başlangıçta küçük fıçı olması gibi, sigara da hep küçük sigar olarak kalmıştır. Yine, tıpkı absentin alkolü temsil etmesi gibi, sigara da bir tütüngil olarak ortaya çıkmıştır. Sonunda, gerek kolektif muhayyile-de gerekse kolektif gerçeklikte, küçük büyüğü yemiştir. Ya da isterseniz şöyle diyebilirsiniz: sigara tütünün metonimisi, mecaz-ı mürselidir.

– Sigara minyondur, şefkat uyandıracak kadar küçültülmüştür, ama aynı zamanda bir katildir ve kelimenin gerçek anlamının şaşkıncu denecek ölçüde hısmıdır. Yüzyıl sonlarının (XIX. ve XX. yüzyıllar) bireysel ve kolektif cinayet aletidir. Sadece bütün polisiye romanların değil, salgın hastalık araştırmalarının da refakatçisidir. Adı bu hısmılığı ve dişliliği vurgular. Nitekim verilen marka adları genellikle kadın öna-dır. Kamusal varlık olarak, yani kamusal alanda hep dişleştirilmiş bir reklamlarla pekiştirilir. Marka karakteristikleri bilerek, duyarlılık, yumu-şaklık, gizem, vb. kadınsı değerlerle belirlenir.

Ve iş, onu sarıp sarmalayan paralelyüze, silindir biçimli objeye ka-dar gider: “Paketiyse, karakteri ve kişiliğiyle, neredeyse bir insan haline gelmiştir.”<sup>3</sup>

– Ama sigara görünmezdir, daha doğrusu geçirimsiz özellikleri var-dır. Sigara, tütün müdür? Elbette, ama ona ulaşmak için önce kâğıt kılıfı yırtmak gerekir. Katran mıdır? Duman halkalarının altına çoktan sak-landı bile. Kor ateş bitip tükendiğindeyse geriye izmarit, filtre tamponu-na ilişmiş küller kalır. Öyleyse nerede kaldı o görünürlük?

Burada, bugün bu kadar yaygın, bu kadar yakıcı hale gelen bu tüke-tim maddesinin tarihini araştırmaya adım atmak için, karşımıza dört iyi neden çıkmaktadır.

Sigaranın tarihi sık sık tütünün tarihiyle karıştırılır, çünkü o da epey bir miktar Nicot otu ihtiva eder elbette. Ve neden sonra, buruna çekilen enfiye tütününün, ince kıyılmış pipo tütününün ve sigarın yanında yerini alır.

Ama o yine, bütün o yanıcı ve toplumu tutuşturan ürünler grubunun da bir parçasıdır: afyon, haşhaş, esrar, alkol, vb. Yemek, içmek, tütürmek; pratikte yapılan hep aynıdır, çünkü bütün duyuları harekete geçirir – koku alma, dokunma, görme, hatta işitme ve nihayet tat alma duyularını. Dokunup hisseder, görür, koklar, hatta işitirsiniz (ah, o küçük silindirin hıştırtısı!), derken tadına da bakarsınız. Bedeninize girip çıkar. Zihninizin en uçra köşelerine ulaşır. Alevini ulaştırır.

Sigaranın ilgisiz kaldığı tek bir toplum yoktur. Amerika'daki Kızılderili topluluklarından –çünkü tütünün Amerika'dan geldiği biliniyor– günümüzün küresel köyüne kadar: sigara beş kıtada da hazır ve nazırdır; insanlar o küçük silindiri her yerde sallar durur.

Bu kitabın adını da doğrulayan yaygın sigara imgesi, kadın imgesidir: güzel, fatal ve total kadın. Obje, yüzyıllar içinde ve tütürüle tütürüle özneleşmiştir: Fransa'daki İkinci İmparatorluk rejiminin gazetecisi Henri Rochefort'un deyimiyile “hoşnutsuzluk öznesi”ne; birçokları için zevk ve keyif, bazıları için ise kaygı öznesine dönüşmüştür.

Kişisel bir hikâyenin kolektif maceraya dönüştüğü bir şeydir sigara. Doktorlar hep hastalarından söz eder;<sup>4</sup> tarihçiler ise geçmişten söz etmelidir. Sigarayla ilgili tarihsel bakış açısı burada kültürel eksen üzerine oturtuluyor. Tütün endüstrisini sorgulayan, işletmelerin tarihsel röntgenini çeken çok sayıda çalışma var. Biz ise burada sigaranın neden ve nasıl toplumsal bir vaka, bir toplumsal tat haline geldiğini anlamaya çalışacağız.

Bu sorgulamada öncelikli alan olarak Fransa'yı seçtik. Ama Amerika'da olan bitenleri (tütün kültürü, üretimin en büyük bölümünün orada yapılıyor olması, kitlesel tüketimin icadı) ve Avrupa'nın ve dünyanın geri kalanını da ihmal etmemek gerekir elbette. Her ülkenin, her toplumun sigarayla ilgili özel bir konumlanması var. Fransa bu konuda bir istisna: birincisi tütün üretim, satış ve ithalatı son iki yüzyıl boyunca devlet tekelinde olduğu için;<sup>5</sup> ikincisi sigara reklamı, yine bu tekelden ötürü, öncelikle devletin onayı (ve parasıyla) yapılabildiği için; nihayet son olarak, reklam yasağı da Birinci Veil Yasası'ndan (1976) bu yana bu ülkede konduğu için. Fransa'nın başka üstünlükleri de var; tütürmenin en son hayata geçtiği ülkelerden biri olduğu gibi,

sanayi tipi sigara üretiminin ilk gerçekleştiği, ama aynı zamanda tütüne karşı en gözü pek pozisyon alınan ülke burasıdır. Fransa'yı bu klasmanın istisnası haline getiren de tarihsel koşullardır.

Sigara, tarihten bugüne hiçbir zaman bir yurttaşlık hakkı konusu olmadı. Zamanın büyük bölümü, iyiden iyiye iğneleyici, can yakıcı anekdotlar aktararak, kâh o yüzyılda kâh bu yüzyılda tütün konulu bir o anlaşmadan bir bu anlaşmadan söz ederek, ama bu fenomeni kendi kallavi tarihi içinde ele almayı bir türlü beceremeden, geçti gitti. Realist kurgular ya da saf şiirlerden oluşan bu devasa ıvır zıvır literatürüne ha bire bahaneler, -miş gibiler, peşrev ve girizgâhlar eklendi durdu.

Odam şeye benziyor, sanki kodes bana  
Güneş camdan elini uzatmış baksana  
Ama tütürmek istiyorum, bana serap lazım  
Sigaramı arabanın kedi gözüyle yakacağım  
Çalışmak da ne, hep duman saçacağım.<sup>6</sup>

Bununla birlikte yaklaşık yirmi yıldır tütünün tarihi konusunda –ama ciddi, bilimsel olanında– bir gelişme var. Yeni belgelerden yararlanılıyor: Fransa'da, Altadis şirketi (1999'da Fransız SEITA ve İspanyol Tabacalera'nın birleşmesiyle oluştu) himayesinde kurulan “SEITA, Terres d'Histoire” [SEITA, Tarihte Kalmış Topraklar] adlı komite, eski devlet işletmesinin<sup>7</sup> bütün arşivinin dökümünü çıkardı ve tütün tüccar ve satıcıları arasında büyük bir sözlü araştırmaya girişti. Ama sigara tarihi çalışmak zahmetli bir iş. Özellikle de Fransa dışında. Çünkü tütün sanayii, canını yakabilecek bütün belgeleri bir biçimde başından atmış durumda. R. J. Reynolds Tobacco Company 1983'te iç yazışmalarının büyük bölümünü mahkemedan kaçırmak amacıyla bir avukatlık şirketinin bürolarına taşıdı. Yine, British American Tobacco grubu, Groupe 4 adlı güvenlik şirketiyle arşivlerinin imhasını amaçlayan bir sözleşme imzaladı ve sonunda imha edilen belgeleri güya CD'ye aktarmak için iki milyon dolar harcadı.

Elinizdeki sigara tarihi, tüccar ve satıcıların, sanayi ve ticaret firmalarının, uyuşturucu maddelerin ve bunları tüketenlerin tarihiyle karıştırılmamalı elbette, ama onlara çok şey borçlu. Bu fenomenle bağlantılı siyasi, ekonomik, toplumsal ve kültürel tarihi önyargısızca ele almaya çalışıyor.