

# Keyifli Okumalar Dileriz

Binlerce kategoride milyonlarca PDF e-kitap, ders kitapları, dergiler ve romanlara platformumuz üzerinden ücretsiz ulaşabilirsiniz.

## RESMİ WEB SİTEMİZ

<https://rantey.org>

### Yedek ve Duyuru Kanallarımız

Sitemize erişim engeli gelmesi veya adres değişikliği durumunda aşağıdaki kanallardan güncel giriş adresine erişebilirsiniz:

- Telegram: <https://t.me/birkitapbir>
- WhatsApp Kanalımız : <https://whatsapp.com/channel/0029VbDHv8uE50Us4lvMoc0Y>

**T.C.**  
**ANKARA ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**GAZETECİLİK ANABİLİM DALI**

**İSLAMİ FEMİNİZM ÖRNEĞİ OLAN TURUNCU DERGİSİ'NDE**  
**TOPLUMSAL CİNSİYETİN KURULUŞU**

Yüksek Lisans Tezi

Nehir Hanay

Tez Danışmanı

Doç. Dr. M. Ayşe İnal

Ankara-2008

## İÇİNDEKİLER

|            |   |
|------------|---|
| GİRİŞ..... | 1 |
|------------|---|

## BİRİNCİ BÖLÜM

|                                                                                         |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| MEDYADA TEMSİL SORUNU VE İDEOLOJİ KAVRAMI BAĞLAMINDA<br>TOPLUMSAL CİNSİYET TEMSİLİ..... | 10 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|

|                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.1. Medyada Temsil Sorunu ve İdeoloji Kavramı.....                                        | 10 |
| 1.1.1. Kitle İletişim Araçlarının İdeolojik Pratikleri Ve Temsil<br>Sorunu.....            | 16 |
| 1.1.2. Hegemonya İktidar Dil Ve Söylem Kavramları Bağlamında<br>Medyada Temsil Sorunu..... | 21 |
| 1.2. Medyada Toplumsal Cinsiyet Temsili.....                                               | 32 |
| 1.2.1. Toplumsal Cinsiyet Kavramı.....                                                     | 32 |
| 1.2.2. Farklı Feminizmler Ve Toplumsal Cinsiyet.....                                       | 42 |
| 1.2.2.1. Liberal Feminizm.....                                                             | 44 |
| 1.2.2.2. Radikal Feminizm.....                                                             | 45 |
| 1.2.2.3. Sosyalist Feminizm.....                                                           | 49 |
| 1.2.2.4. İslami Feminizm.....                                                              | 50 |
| 1.2.3. Medyada Kadının Temsili.....                                                        | 60 |
| 1.2.4. Türkiye’de Kadın Dergileri ve Sergiledikleri Genel Eğilim...67                      |    |
| 1.2.5. Kadın Dergileri’nde Toplumsal Cinsiyetin Temsili.....                               | 70 |

## İKİNCİ BÖLÜM

|                                                                                      |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>TURUNCU DERGİSİ'NDE TOPLUMSAL CİNSİYET TEMSİLİNİN NİCEL VE NİTEL ANALİZİ.....</b> | <b>73</b> |
| 2.1. Yöntem.....                                                                     | 73        |
| 2.2. Nicel Analiz.....                                                               | 75        |
| 2.2.1. Yazıların Türlerine Göre Analizi.....                                         | 75        |
| 2.2.2. Yazıların Konulara Göre Analizi.....                                          | 78        |
| 2.2.3. Konuların Türlerine Göre Analizi.....                                         | 79        |
| 2.3. Nitel Analiz.....                                                               | 82        |
| 2.3.1. Moderne Bakış.....                                                            | 83        |
| 2.3.1.1. Modernizm Eleştirisi (Doğu-Batı).....                                       | 83        |
| 2.3.1.2. Manevi Değerlere Duyulan Özlem.....                                         | 87        |
| 2.3.1.3. Tüketim.....                                                                | 89        |
| 2.3.2. Kadına Bakış.....                                                             | 92        |
| 2.3.2.1. Güzellik.....                                                               | 92        |
| 2.3.2.2. Annelik.....                                                                | 95        |
| 2.3.2.3. Evlilik.....                                                                | 97        |
| 2.3.2.4. Kadın-Erkek İlişkileri.....                                                 | 99        |
| 2.3.2.5. Kadına Dayatılan Roller.....                                                | 101       |
| 2.3.2.6. Kariyer.....                                                                | 103       |
| 2.3.3. Öne Çıkan Diğer Temalar.....                                                  | 104       |
| 2.3.3.1. Köy-Şehir.....                                                              | 104       |
| 2.3.3.2. Çalışma Hayatı.....                                                         | 105       |
| 2.3.3.3. Savaş.....                                                                  | 107       |

|                                               |            |
|-----------------------------------------------|------------|
| 2.3.3.4. Azınlıklar (Ötekileştirilenler)..... | 109        |
| 2.4. Genel Değerlendirme.....                 | 111        |
| <b>SONUÇ.....</b>                             | <b>113</b> |
| <b>KAYNAKÇA.....</b>                          | <b>117</b> |
| <b>ÖZET.....</b>                              | <b>122</b> |
| <b>ABSTRACT.....</b>                          | <b>123</b> |

## GİRİŞ

Bu çalışmada İslami feminist perspektifte yayın yapan Turuncu isimli aylık kadın dergisinde toplumsal cinsiyetin nasıl kurulduğu incelenmektedir. Bu bağlamda feminizm ve toplumsal cinsiyet ile ilgili tartışmalar kuramsal bir çerçeve oluşturmakta yol gösterici olmaktadır.

Feminist teoriler kadın ve erkek arasındaki toplumsal eşitsizliğin nedenlerini sorgulayarak anlamaya çalışır. “‘Feminist’ terimi, kadınların erkeklerle ilişkili olarak geleneksel değersizleştiriminin gerçekliğini, bu ilişkinin değiştirilmeye ihtiyacı olduğu varsayımıyla teorik açıdan kabul edilmesini ima eder” (Steeves, 1994: 107).

Feminist düşünürler, çeşitli düşünce akımlarından etkilenerek feminizmi bu akımlar içinde sınıflandırmışlardır. Feminist akımlar çeşitli olmakla birlikte en temel ayırım liberal, radikal ve sosyalist feminizm olarak karşımıza çıkmaktadır. Aslında Zoonen’in (2002: 472) de belirttiği gibi “feminizmi temizce ayrılmış üç ideolojik akım içinde sınıflandırmak, feminist düşüncedeki mevcut parçalanma ile kesinlikle uyuşmamaktadır”. Çünkü, feminizm yalnızca liberal, radikal ve sosyalist feminizm olarak sınıflandırılmayacak kadar çok boyutlu ve karmaşık bir yapıya sahiptir. Ancak üzerinde durulan “bu sınıflamalar halen çoğu feminist tanımlamanın ve çözümlemenin temelini oluşturmaktadır” (Zoonen, 2002: 473)

Steeves (1994: 107), farklı feminist akımları, ilgilendikleri sorunları nasıl tanımladıklarına bakarak dört grupta tanımlayarak açıklamıştır:

Bu perspektifler biyolojik manipölasyonları ve/veya siyasal ayrılcılığı (radikal feminizm); bireysel davranışı (liberal feminizm); sosyal psikolojik etkenleri ve bireysel davranışı (bilişsel/toplumsal öğrenme teorileri ve Fransız feminizmleri dahil psikoanalizden etkilenmiş toplumsal cinsiyet teorileri); ve/veya sosyal psikolojik koşulları ve bireyleri etkileyecek devrimci sosyokültürel ve ekonomik olayları (Marksist ve sosyalist feminizm biçimleri) içerecek olan bir değişme ihtiyacını varsaymalarına göre de

ayrılabilir. Çeşitli radikal, liberal, Marksist, sosyalist ve Fransız feminist perspektifler toplumda (kadınların rolünün yanı sıra) kitle medyasının rolü hakkında farklı varsayımlara sahiptir.

Bu çalışma kapsamında incelenecek olan Turuncu isimli aylık kadın dergisinin İslami-feminist bir çizgide yer aldığından dolayı İslami feminist akımın da bu çalışma kapsamında ele alınacak bir diğer feminist perspektif olduğunu belirtmek gerekmektedir. 1990'larda kullanıma giren ve yaygınlaşan İslami Feminizm, İslami paradigma içinde telaffuz edilen feminist söylem ve uygulamalara işaret etmekte olup temeli Kuran-ı Kerim'e dayanmaktadır.

“İslamcı/müslüman feministler bugün geleneksel ailede yaşanan sorunlardan İslam dininin sorumlu olmadığını dile getirirler. Müslüman feministlere göre dinle ilgisi olmayan ulusal, kültürel ve yerel değerlerin dinle karışması sonucu kadınlar yüzyıllar boyu ezile gelmiştir. İslamcı feministler kadının modern toplumlarda ezilmesine çözüm olarak ‘mahrem’ alanı politik olarak ön plana çıkartırlar (Kara, 2006: 9).

İslamcı hareketin gündeme gelmeye başlamasıyla beraber İslam dini ve kadın konusu tesettür tartışmaları etrafında yoğunlaşmaya başlamıştır. “İslam dininden yola çıkılarak yapılan bu analizlerin ışığında, türban hareketi de, kadınların erkeğe boyun eğmeyi kabullenişinin bir göstergesi olarak ele alınmaktadır” (Göle, 1991: 118). Örtünen öğrenciler ise, aileleri geleneksel bir yaşam tarzına sahip olsa da, geleneksel İslami yorumları kabul etmemekte, yüksek eğitim düzeyleri ile ailelerinden farklı bir konumda bulunmaktadır. Bu öğrenciler “İslam’ın kentli, okumuş ve militan yeni bir çehresini çizmektedirler” (Göle, 1991: 121)

İslamcı feminizm söyleminin gelişmesinde batılı ülkelerde eğitim görmüş, batı dillerinde eserler hazırlayan Arap ve Hint dünyasından araştırmacıların çalışmalarının etkisi olduğunu söylemek mümkündür. İslamcı feminizm ile ilgilenen bu araştırmacılar din ile doğrudan bir çatışmaya girmemekte, zaman içerisinde dine getirilen yorumlara çeşitli eleştiriler yöneltmektedirler.

“Batı’da dinle doğrudan çatışan ve dini hem öz hem de tarihi süreçteki gelişimi itibariyle ataerkilliğin hem kaynağı hem de taşıyıcısı gören feministlerin yanı sıra, dini öz olarak eleştirmekten kaçınan ancak tarihi süreçte getirilen yorumları ve kurumları eleştiren feministlerden aldıkları ilhamla Müslüman feminist yazarlar İslamiyet’in kökeniyle, peygamberin erkek oluşuyla ilgili herhangi bir eleştiriye girmekten özenle uzak durmakta ancak tarihi yorumu kıyasıya eleştirmekten geri durmamaktadırlar” (Göle, 2000a: 12). İslamcı feminist yazarlar Kuran’da erkeklerin kadınlara göre üstün olduğunun yer almasının nedenini, dönemin Arap toplumunun ve kültürünün yapısı gereği oluşan bir zorunluluk biçiminde açıklayarak, İslam’a ve Kuran’a yöneltilen tüm eleştirilerin mantığa dayanması gerektiğini savunmaktadırlar (Göle, 2000a: 13-14).

İlyasoğlu’nun (2000: 46) da vurguladığı gibi Türkiye’de 80’li yılların ortalarından itibaren özel televizyon kanallarında Müslüman kadın kimliğine ilişkin tartışmalar çerçevesinde İslami feminizm ekseninde değerlendirilebilecek konuların kamuoyuna getirildiğini söylemek mümkündür. Özellikle 1987 tarihinden itibaren büyük şehirlerde tesettüre ilişkin kısıtlamaları protesto eden ve genellikle üniversite öğrencilerinden oluşan kadın gruplarından söz etmek mümkündür. Aynı tarihte kadınlar, sorunlarını Zaman gazetesinde yazdıkları yazılarla ifade etmeye çalışmışlardır.

İslamcı hareket içinde hesapta olmayan bir biçimde kadınlar ve erkekler arasında ortaya çıkan gerilimlerin ve çelişkilerin niteliğine Zaman gazetesinde yer alan feminizm tartışmaları ışık tutmaktadır. Kültürel İslamcı akımın düşünürlerinden Ali Bulaç, feministleri sert bir biçimde eleştiren bir yazısı sonucunda kendisini İslamcı kadınların yönelttiği sorgulamaların odağında buluverir. İslamcı kadınlar bu makaledeki görüşlere kadın haklarından yana tavır koyarak karşı çıkarlar ve Zaman gazetesinde bir dizi yazı yayımlarlar. Bu tartışma, İslamcı kadınların toplumsal yaşama katılma özlemlerini ve bağımsız kişilik oluşturma mücadelelerini gün ışığına çıkarmaktadır (Göle, 1991: 158-159).

Medya Yeğenoğlu, (1997a: 7-33) “Emperyal Özne ve Feminist Söylem” başlıklı makalesinde bedenin örtünmesinden söz ederken örtünmenin farklı boyutlarına yer vermektedir. Yeğenoğlu, Müslüman toplumlardaki kadının konumunun Doğulu kültürlerin geri kalmışlığının göstergesi olarak ele alındığını vurgulayarak feminizm tartışması ekseninde kadının örtünmesine değinir. “Gövdeselliğin kuruluşunun kültürel özgüllüğü dikkate alındığında, örtünmeyle gövde üzerinde uygulanan iktidarın korseler, yüksek topuklu ayakkabılar, kozmetik ürünler ve sutyen gibi araçlarla denetlenmesi, eğitilmesi ve sınırlandırılmasından daha zalim, insafsız veya barbar değildir” (Yeğenoğlu, 1997a: 25-26).

Fatma Gürliz Erginsoy (1997: 94-120) ise “Kırsal Kesimin Küreselleşen Erkekleri ve Yerelleşen Kadınları” başlıklı makalesinde Garipçe köyünde incelediği cemaatleşmeden ve kadınların örtünme pratiklerinden söz eder. Erginsoy, kırsal kesimin toplumsal ilişki yapılarını ve örtünmenin bu yapı içindeki işlevlerini incelediği çalışmasında bedeni farklı bir bağlamda ele almaktadır. “Foucault, kimlik mücadelelerinde bedeni, üzerinde olayların yazıldığı bir mikro fizik güç bölgesi olarak nitelendirir. Bedenin fiziksel görüntüsünün üstünün, kapatılma biçimi ana hatları ile aslında tek bir biçimde olabilir: örterek ve örtünerek” (Erginsoy, 1997: 99). Erginsoy, örtünmenin farklı biçimlerinden de söz eder. Örtünmenin yalnızca saçların görünmeyecek şekilde başın kapatılması ile gerçekleşmeyeceğini “gözlük veya fondöten dahil olmak üzere kalın ve ağır bir göz ve ağız makyajı ile veya yüzün farklı biçimlerde boyanması, elin örtülmesi eldiven giyerek veya bol miktarda takı (yüzük, bilezik) takarak veya boyayarak, kına sürerek mümkündür” (Erginsoy, 1997: 99).

Erginsoy, (1997: 99) “toplumsal mesafe” yi örtünme pratiklerinin boyut ve işlevleri içinde değerlendirmektedir.

Toplumsal mesafe evrensel bir toplumsal özelliktir. Toplumsal ilişkilerde ve toplumsal etkileşimde mesafe koyarak ilişkide bulunmak sadece dinsel temellere dayanmaz. Nüfuslarının çeyrek milyon olduğu tahmin edilen Tuareg’lerin erkekleri yüzlerini yalnızca gözleri açıkta kalacak biçimde, kendileri ile öteki arasında sembolik bir mesafe koymak için kapatırlar. İslam’da ise örtünmenin farklı boyutlarını ve işlevlerini Mernissi ‘tesettür’ kavramı altında açıklar (Erginsoy, 1997: 99-100).

| BOYUTLAR | İŞLEVLER                     |
|----------|------------------------------|
| Görsel   | Bakıştan Gizlenmek           |
| Mekansal | Cinsler arası sınır çizmek   |
| Ahlaksal | Yasak alanların belirlenmesi |

**Tablo 1 Örtünmenin farklı boyut ve işlevleri**  
(Mernissi’den aktaran Erginsoy, 1997: 100’den tablolatırılmıştır)

İslami feminizmin önemli isimlerinden Fatıma Mernissi’ye göre “Tesettür Ayeti peygamber tarafından Müslüman toplumu ikiye ayırmak için ortaya atılmıştır: İç dünya (ev) ve dış dünya (kamu yaşamı). Bedenin üç farklı boyutu; bir fiziksel mücadele alanı, toplumsal mesafe koyma aracı ve İslam’da örtülmesi” (Erginsoy, 1997: 100) biçiminde karşımıza çıkmaktadır.

Bu konuya Türkiye açısından baktığımızda, tesettür ile ilgili tartışmaların devam etmekte olduğunu ve bu konunun sık sık gündeme geldiğini söylemek mümkündür. Bu bağlamda, örtünerek, kendilerini ve kimliklerini ifade etmeye çalışan kadınlar, kamusal alanda da aynı şekilde var olmaya çalışmaktadırlar. Günümüzde kadınların örtünerek kimliklerini kabul ettirme mücadelesi hala pek çok tartışmaya sahne olmaktadır.

Özet olarak feminizm ve İslami feminizm ile ilgili tartışmaların tez için gerekli kuramsal çerçeveyi oluşturmak bakımından önemli olduğu düşünülmektedir. Çünkü daha önce de belirtildiği gibi bu çalışma kapsamında incelenen Turuncu isimli aylık kadın dergisi İslami feminist perspektifte yayın yapan bir dergidir. Bu bağlamda çalışmada temel olarak Turuncu dergisinde kadının nasıl temsil edildiği araştırılmaktadır.

Turuncu dergisi tüketim kültürünün değerlerinin taşıyıcısı konumundaki popüler kadın dergilerinin kadın temsillerine yani kadınları tüketime yönlendirmeye ve kadın bedenini metalaştırmaya karşı muhalif unsurlar içermektedir. Popüler kadın dergilerinin çok çeşitli ürünlerin reklamının yapıldığı, kadınların belli ürünleri kullanmaya teşvik edildiği bir reklam arenası olduğunu söylemek mümkündür. Popüler kadın dergilerinin hedef kitlesi reklamı yapılan ürünleri satın alabilecek okuyuculardır. Çünkü popüler kadın dergilerinde temel amaç kadınları, daha güzel, daha estetik, daha çekici olabilmeleri için bu ürünleri kullanmaya ikna etmektir. Kadınlara “güzel” olmazlarsa eşleri tarafından terk edilmeye, ya da aldatılmaya mahkum oldukları mesajı verilir.

Turuncu dergisi de popüler kadın dergilerinin bu yaklaşımını ciddi bir şekilde eleştirmektedir. Kadının cinsel nesne haline getirilerek erkeğin bakışına sunulmasına karşı çıkmaktadır. Bu amaçla çalışmada, derginin muhalif olduğu konuları nasıl ele aldığı incelenerek toplumsal cinsiyetin kuruluşu araştırılmaktadır.

Toplumsal cinsiyetin nasıl kurulduğu belirli kavramlar çerçevesinde çözümlenmektedir. Bu kavramlar; güzellik, tüketim, evlilik, kariyer, çalışma hayatı, kadın erkek ilişkileri gibi kavramlardır. Bu kavramlar önceden belirlenmemiş derginin incelenmesi sırasında şekillenmiştir. Özellikle tüketim ve güzellik

kavramlarıyla ilgili olarak eleştirel bir tavır takınan Turuncu dergisinin bu kavramları hangi yönleriyle ve nasıl eleştirdiği, ve tüm bunların ışığında kadını nasıl bir konuma yerleştirdiği incelenmektedir.

Literatürde gerek modern ve post modern feminist akımlar, gerekse bu akımlar ışığında popüler kadın dergileri incelemeleri ve kültürel feminist perspektiften yapılan araştırmalar yer almaktadır. Ancak İslami feminist söylem ve bu söylem perspektifinde yapılan araştırmalara yapılan literatür taramasında rastlanmamıştır. Çalışma bu nedenle bir ilk olacağından önemlidir.

Çalışmanın kuramsal çerçevesi belli araştırma soruları etrafında örgütlenmiştir. Bizi bu araştırmaya yönelten sorular şunlardır:

Turuncu dergisi kadını (ailede, çalışma hayatında, eş rolünde...) nasıl konumlandırmaktadır? Derginin “güzellik” ve “tüketim” gibi popüler kadın dergilerinde geniş yer verilen kavramlara yaklaşımı nasıldır? Derginin kadın-erkek ilişkilerine yaklaşımı nasıldır? Derginin kadının cinselliğine yaklaşımı nasıldır? Turuncu dergisi kendi “ideal kadın” modelini nasıl ve hangi söylemlerle kurmaktadır? Turuncu dergisinin “güzellik” anlayışı nedir? Kadını bu kavram içinde nasıl konumlandırmaktadır? Turuncu dergisi “aile” ve “evlilik” kavramlarıyla ilişkili olarak kadını nasıl konumlandırmaktadır? Turuncu dergisi kadını çalışma hayatı içerisinde nasıl konumlandırmaktadır?

Tüm bu sorulara yanıt ararken geliştirilen temel varsayımlar ise şunlardır;

Turuncu dergisi’nde kapitalizmin dayatmacı güzellik anlayışı eleştirilmekte ve bu bağlamda kadının tüketim nesnesi haline getirilmesine karşı çıkılarak yerleşik kadın dergilerinde kurulan temsillerden çok farklı bir bakış açısı sergilenmektedir. Kadının sürekli tüketerek daha güzel olmaya çalışması eleştirilerek iç güzelliğin ve

maneviyatın önemi üzerinde durulmaktadır. Ancak Turuncu dergisi'nde kadının anne ve eş olarak yerine getirmesi gereken rollere yapılan vurgu kadının geleneksel rol kalıpları çerçevesinde temsilinin önüne geçememektedir. Turuncu dergisi kapitalizmin dayatmacı güzellik ve tüketim anlayışını eleştirirken geleneksel değerlere yapılan vurgu kadın kimliğinin de daha geleneksel biçimde temsilini beraberinde getirmektedir.

Bu bağlamda iki kısımdan oluşan çalışmanın birinci kısmında ilk olarak ideoloji ve temsil kavramları ile ideolojinin medya dolayımıyla nasıl yeniden kurulduğundan söz edilmiştir. İdeoloji konusu ele alınırken medyanın ideolojik işlevlerine ve ideolojinin işlerken belli anlamları nasıl doğallaştırıldığına ağırlık verilerek analiz için bir çerçeve oluşturulmaya çalışılmış, medyada temsil edilen ve edilmeyen söylemlerin varlığından hareketle temsil kavramı ve medyada temsil sorunu üzerinde durulmuştur. Kitle iletişim araçlarının ideolojik pratikleri ve medyada temsil sorunu hegemonya, iktidar, dil ve söylem kavramları bağlamında ele alınarak kuramsal bir çerçeve oluşturulmaya çalışılmıştır. Sonrasında medyada toplumsal cinsiyetin nasıl temsil edildiği üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda ilk olarak toplumsal cinsiyet kavramı özcü (essentialist) ve özcülük karşıtı (anti-essentialist) tartışmalar çerçevesinde ele alınmıştır. Feminizm ve farklı feminist perspektiflerin toplumsal cinsiyet kavramına yaklaşımını anlamak için liberal, radikal, sosyalist ve islami feminizm başlıklarından yararlanılmıştır. Daha sonra medyada kadının nasıl temsil edildiği Türkiye'deki kadın dergileri bağlamında ele alınmıştır. Türkiye'de kadın dergilerinin gelişimi ve bu dergilerde toplumsal cinsiyetin nasıl temsil edildiği üzerinde durulmuştur.

Tezin ikinci kısmı ise, nicel ve nitel analiz ile Turuncu dergisinde toplumsal cinsiyet temsillerinin analiz edildiği kısımdır. Turuncu dergisi yerleşik kadın dergilerinin kadına yaklaşımını eleştirmekte, kadının tüketim nesnesi haline getirilmesine ve erkeğin bakışına sunulmasına karşı çıkmaktadır. Turuncu dergisinin kadının tüketim nesnesi haline getirilmesine karşı çıkarken nasıl bir kadın modeli kurduğunu analiz edebilmek amacıyla derginin ulaşılabilen 22 sayısı incelenmiştir. İncelenen sayılar 2005-2006 aralığında olmak üzere;

2005: Ocak, Şubat, Mart, Nisan, Mayıs, Haziran, Temmuz, Ağustos, Eylül, Kasım, Aralık; 2006: Ocak, Şubat, Mart, Nisan, Mayıs, Haziran, Temmuz, Ağustos, Eylül, Ekim, Kasım sayılarından oluşmaktadır.

Nicel analizde derginin 22 sayısında yer alan tüm yazıların konularına ve türlerine göre dağılımına bakılmıştır. Dergide yer alan yazılar deneme, otobiyografi, röportaj, araştırma yazısı, haber ve makale türlerinden birine göre yazılmaktadır. Bu nedenle ilk olarak yazıların dergide kullanılan bu 6 türden hangisine göre yazıldığı tespit edilmiştir. Daha sonra bu yazıların konusunun ne olduğu belirlenmiştir. Ancak önceden seçilen temalar çerçevesinde bir kategorileştirme yapılmamış, saptanan temalar okuma sırasında ortaya çıkmıştır. Dergide yer alan yazılar konularına ve türlerine göre sınıflandırıldıktan sonra tüm konular 3 başlık altında ele alınmıştır. Bunlar moderne bakış, kadına bakış ve öne çıkan diğer temalar olarak değerlendirilmiştir. En sık yer verildiği tespit edilen temalar arasından rasgele örneklem yöntemiyle seçilen yazılar üzerinde nitel analiz gerçekleştirilmiştir. Nitel analizde ise yazının tematik yapısı, kurulan karşıtlıklar ve kullanılan sözcüklere bakılmıştır.

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **MEDYADA TEMSİL SORUNU VE İDEOLOJİ KAVRAMI**

#### **BAĞLAMINDA TOPLUMSAL CİNSİYETİN TEMSİLİ**

Çalışmanın bu bölümünde ideoloji ve temsil kavramları ile ideolojinin medya dolayısıyla nasıl yeniden kurulduğundan söz edilmektedir. İdeoloji ve temsil kavramlarından söz etmeden önce bu kavramların sınırlarının çok geniş olduğunu hatırlatmak gerekmektedir. Bu nedenle ideoloji konusu ele alınırken medyanın ideolojik işlevlerine ve ideolojinin işlerken belli anlamları nasıl doğallaştırdığına ağırlık verilerek analiz için bir çerçeve oluşturulmaya çalışılmaktadır. Ayrıca bu bölümde kitle iletişim araçlarının ideolojik pratikleri ve medyada temsil sorunu hegemonya, iktidar, dil ve söylem kavramları bağlamında ele alınarak kuramsal bir çerçeve oluşturulmaya çalışılmaktadır. Medyada toplumsal cinsiyet temsili de bu bağlamda ele alınmaktadır.

#### **1.1. Medyada Temsil Sorunu ve İdeoloji Kavramı**

Medyada temsil edilen ve edilmeyen söylemlerin varlığından hareketle, temsil sorunu üzerinde durmak önemli görünmektedir. Temsilin bir sorun olarak ele alınmasının nedeni ise medyada çoğunlukla egemen söylemlerin temsiline yer verilmesi ve bu durumun özellikle toplumsal cinsiyet temsillerinde sorunlu bir durum olarak karşımıza çıkmasından kaynaklanmaktadır.

İlk olarak temsil kavramından söz etmek gerekirse, bu çalışma kapsamında temsil kavramı Hall'un da kullandığı şekliye “anlamı inşa eden ve ileten bir süreç, yani anlamlandırma sürecine” (Çelenk, 2005: 81) vurgu yapacak biçimde ele alınmaktadır. Bu bağlamda temsil yalnızca, “sözlü, yazılı veya ikonik göstergeler

kullanarak ‘gerçek’ maddi dünyada zaten mevcut olan şeyleri kodlayan ya da onları yansıtan bir süreç değil, tam da bu anlamlandırma sürecine anlam üreterek ve anlamların değişimine olanak sağlayarak katılan bir süreçtir” (Çelenk, 2005: 81).

Hall, bu tarz bir temsil yaklaşımını “inşacı temsil yaklaşımı” olarak adlandırır. Hall, dil, kültür ve temsil süreçleri arasındaki ilişkiyi açıklarken temsilin ortak bir tanımının, “dilin dünya hakkında anlamlı bir şey söylemek veya dünyayı başkalarına manidar bir biçimde sunmak amacıyla kullanılması” olduğunu belirterek, temsilin dil ve anlamı kültüre bağladığını ifade eder. Ona göre dil, bu anlamda bir anlamlandırma pratiğidir ve genel anlamda her temsil sisteminin dil aracılığıyla temsilin ilkelerine göre çalıştığı düşünülebilir. Futbol bile, bir ulusal kültüre aidiyet fikri ya da birinin kendi yerel cemaatiyle özdeşleşmesine anlam veren bir sembolik pratik olması nedeniyle ‘bir dil gibi’ değerlendirilebilir; çünkü o ulusal kimliğin, ulusal aidiyet söyleminin dilinin bir parçasıdır (Çelenk, 2005: 81-82).

Elbette temsil kavramının yalnızca bu tanımdan ibaret olduğunu söylemek kavramın eksik tanımlanmasına neden olacaktır. Temsil, bizim dışımızdaki gerçeklikle dilin nasıl ilişkilendirildiği ile ilgili bir kavramdır.

Temsil konusuyla ilgili olarak, Hall, anlamların dil yoluyla kurulması nedeniyle “ideolojinin işlendiği temel ortamın dil ve bilinç pratiği” (Hall, 1994b:177) olduğunu belirtir. Bu noktada, herhangi bir metnin anlamlı olması dilin ve söylemin uzlaşım kurallarına yaslanmaktadır. Bu uzlaşım içerisinde görsel metnin kullandığı kodlar önemlidir. (İnal, 1996: 156). “Hall’ a göre görsel metin, kodu içinde, göstereni göndergeye dönüştürerek bir yandan gerçekliğini kurarken diğer yandan bunu dilsel uzlaşımlara dayandırır” (İnal, 1996: 156).

Hall egemen ideolojilerin medya söylemlerine nasıl nüfuz ettiği sorusunun yanıtını ararken, “sembolik mesajların üretimi, geniş bir şekilde anlam ileten göstergeler sistemi olarak anlaşılan dilin aktarımından geçmeksizin” (Hall, 1994b: 204) mümkün olamayacağı tespitinden hareket eder.

Olaylar kendi başlarına anlam iletmez: Olayların anlaşılabilir kılınması gerekir; ve toplumsal anlaşılabilirlik süreci tam da ‘gerçek’ olayları (ister gerçeklikten alınmış olsun, isterse kurmaca olarak) sembolik biçimde tercüme eden pratiklerden oluşur. Bu, kodlama dediğimiz süreçtir. Yani kodlama olaylara anlam yükleyen kodları seçmek, olayları kendilerine anlam yükleyen göndergesel bir bağlama yerleştirmek demektir. (Hall, 1994b: 204)

Hall’un üzerinde durduğu ve yukarıda söz edilen, metnin gerçekliği kurulurken dayandırılan “dilsel uzlaşım”lar, düz anlam ve yan anlam ayrımının önemini tartışmaya açmaktadır. Çünkü bizim dışımızdaki gerçeklik metinlerde dil dolayımıyla temsil edilirken, anlam olasılıkları teoride sınırsızdır. Ancak konuşmayı ve anlamayı mümkün kılan şey dil içinde anlamların sınırlanmasıdır. Eğer temsiliyetin sınırsızlığı günlük kullanımda olsaydı bireylerin birbiriyle anlaşması mümkün olmazdı. Anlam sabitlenmesi ile anlam çoğulluğunun sınırsızlığının önüne geçilir, ve “anlaşma” mümkün olur.

Hall’un Parkin’den alarak geliştirdiği egemen, tartışmalı ve karşıt okuma biçimleri ile ilgili olarak üzerinde durulması gereken en önemli nokta herhangi bir metnin egemen söylemler içinde yapılanmış olsa da farklı okumalara açık olduğudur. Egemen, tartışmalı ve karşıt okuma biçimleri Morley’in “Nationwide Audience” adlı çalışmasında sınanmıştır. Bu çalışmada Hall’un görüşleri ile örtüşür biçimde “metinsel özelliklerin farklı okuma biçimlerini sınırlandırmadığı, farklı izleyici gruplarının kendi toplumsal konumları dolayımı ile farklı okumalar yapacakları varsayılmıştır” (İnal, 1996: 157)

Televizyon programlarında sunulan egemen ideolojik anlamların izleyiciler üzerinde ani ve zorunlu etkileri olduğunu iddia etmemeliyiz. İzleyicilerin bazıları için programın kodu ve anlamı daha önceden sahip oldukları ve siyasal, kültürel ve eğitimsel katılımları içinde belirlenen kod ve anlamlara tekabül edecektir ve bu izleyici grupları için, program tarafından kodlanan egemen okumalar uygun olacaktır ve benimsenecektir (Morley,1980:1591, aktaran İnal, 1996: 157-158)

Temsil kavramına ilişkin farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Ancak çalışma kapsamında temsil kavramı, inşacı temsil anlayışı bağlamında ele alınacaktır. Çünkü “medya toplumsal bilgiyi sağlar ve seçmeci olarak inşa eder; toplumsal hayatın çoğulluğunu sınıflandırır ve üzerinde düşünümde bulunur; ve karmaşık, onaylanmış bir düzen inşa eder” (Hardt, 1994: 38) savından hareket edilmektedir.

Temsil kavramının, inşacı temsil anlayışı bağlamında ele alınması nedeniyle üzerinde durulması gereken bir diğer önemli kavram da ideolojidir. Raymond Williams’a göre ideoloji “bir ‘dünya görüşü’ ya da bir ‘sınıf bakışı’ olarak soyutlanabilecek, göreceli olarak biçimsel ve eklemlenmiş anlamlar, değerler ve inançlar sistemi” olarak tanımlanmıştır (Shoemaker ve Reese, 2002:128). Van Dijk ise (1994: 279) ideolojiyi herhangi bir toplumsal grubun mensupları arasındaki “toplumsal biliş biçimi” olarak tanımlamaktadır. Ancak ideolojinin bu tanımının yalnızca tutumlarla ilgili inançlar anlamına gelmediğinin de altını çizerek, inançların “sosyo-bilişsel doğası” üzerinde durmaktadır. “Bu analize göre bir ideoloji, toplumsal önyargılar da dahil olmakla birlikte bilgi, kanaatler, tutumlar ve toplumsal tasarımlar gibi öbür toplumsal bilişlerin oluşumunu, dönüşümünü ve uygulanmasını denetleyen karmaşık bir bilişsel çerçevedir” (Van Dijk, 1994: 279).

Samuel Becker (2002: 128) ise ideolojinin “dünyayı ve kendimizi algılama biçimimizi” yönettiğini aynı zamanda “doğal ya da aşıkâr diye gördüklerimiz” üzerinde de kontrol sahibi olduğunu belirtir. Becker’a göre “ideoloji dünyayı görmemize aracılık eden, eylemlerimizi ona uydurduğumuz bütünleşmiş bir gönderme çerçeveleri dizgesidir” (Shoemaker ve Reese, 2002:128).

Barthes (2003: 16) ise ideolojinin “egemen olan düşünceler” olduğunu belirtir.

“Egemen sınıfın ideolojisinden söz etmek doğrudur, elbette egemen olunan bir sınıf vardır ancak egemen ideolojiden söz etmek tutarlı bir yaklaşım değildir çünkü tabi olan bir ideoloji yoktur, ‘bağımlı’ konumdakiler söz konusu olduğunda hiçbir şey yoktur, ideoloji yoktur -bu yabancılaşmanın son noktasıdır- ancak bağımlı konumdakilerin zorlandığı ideoloji onları sınıftan (anlam oluşturmak için, yaşamak için) egemen sınıftan ödünç aldıklarıdır” (Barthes, 1976: 32, aktaran İnal, 2003: 16).

Barthes’ın dil ve söylem konuları ile ilgili tartışmalarına sonraki bölümde ayrıntılı olarak yer verilecektir. Ancak Barthes’ın ideoloji kavramına bakış açısının önemli olduğu düşünüldüğünden burada kısaca yer verilmiştir. Barthes ideoloji ile dil arasındaki ilişkiyi sorgular ve “iktidarın koruması altında olan dil tekrara dayanır” savından hareketle “aynı anlamlar” ın “aynı sözcüklerle” tekrar tekrar üretildiği ve bunun da ideoloji olduğunun altını çizer. (Barthes, 2003: 16) Bu bağlamda Barthes’in dil ile iktidar arasındaki bağlantıya yaptığı vurgu, ideolojinin işlerken belli anlamları nasıl doğallaştırdığının anlaşılması bakımından da önemlidir.

Hall ise, ideolojiyi “kapitalist ülkelerdeki toplumsal sınıf ayrımlarını biçimlendiren ve sürdüren bir kavram” olarak ele almaktadır.(Lull, 2001:21). Yani Hall’a göre ideoloji, “kapitalist toplumsal ilişkileri doğallaştırarak, sistemin karşıtlıklara dayanan temellerini (sınıf egemenliği, sistemin sınıf sömürüsüne dayanan doğası, bu sömürünün üretim sürecindeki kaynakları, ekonominin bu üretim biçimindeki belirleyiciliği) belirler, gizler veya bastırır” (Hackett, 1999: 49).

Gouldner ideolojiyi “simgesel bir mekanizma” olarak nitelendirmekte ve bu mekanizmanın önemine vurgu yapmaktadır. Gouldner’e göre, “Bu simgesel mekanizma aracılığıyla farklı toplumsal grupların çıkarları bütünleştirilebilir; bu mekanizmayı paylaşan birkaç egemen grup değişen toplumsal koşullara uygun yanıtlar vermede yetkilendirilir” (Gouldner, 1976: 230-231, aktaran Shoemaker ve Reese, 2002:128).

Althusser ise ideolojinin “bilinçaltı ve her zaman kurumsal” (İnal, 1996: 60) olduğunu vurgulamaktadır. Althusser’e göre ideoloji “Bireylerin gerçek varoluş koşullarıyla aralarındaki hayali ilişkilerin bir tasarımıdır. Özne aracılığıyla ve öznelere için olmayan ideoloji yoktur” (Althusser, 1991: 51-60, aktaran İnal, 1996: 60). Bütün toplumsal kurumların ideolojinin taşıyıcısı olduğunu vurgulayan Althusser’e göre, “bu kurumlar öznelere aracılığıyla varolurlar ve pratiklerinde hem öznelere hem de ideolojiyi üretirler” (İnal, 1996: 60).

Sonuç olarak ideoloji kavramı Williams’ın da vurguladığı gibi bir “dünya görüşü” ya da “sınıf bakışı” (Shoemaker ve Reese, 2002:128) olarak tanımlanabileceği gibi, bir “toplumsal biliş biçimi” (Van Dijk; 1994: 279) olarak da tanımlanabilir. İdeoloji, Becker’ın vurguladığı “bir gönderme çerçeveleri dizgesi”, (Shoemaker ve Reese, 2002:128), Barthes’ın vurguladığı “egemen olan düşünceler”, (İnal, 2003: 16), veya Hall’un vurguladığı “sınıf ayrımlarını biçimlendiren” (Lull, 2001: 21) bir kavram olarak ele alınabilir. İdeolojinin Gouldner’in vurguladığı gibi “simgesel bir mekanizma” (Shoemaker ve Reese, 2002:128) olduğunu ve Althusser’in üzerinde durduğu gibi “bilinçaltında ve her zaman kurumsal” (İnal, 1996: 60) olduğunu da söylemek mümkündür. İdeolojinin üzerinde durulan tanımlarını tekrar etmekten ziyade vurgulanması gereken en önemli husus ideolojinin bir doğallaştırma aracı olduğudur. Bu konuyla ilgili olarak, ilerleyen bölümlerde ideolojinin belli anlamları nasıl doğallaştırdığı ve medya dolayısıyla nasıl yeniden kurulduğu üzerinde ayrıntılı olarak durulacaktır. Kitle iletişim araçlarının ideolojik pratiklerine değinmeden önce ideoloji kavramının sınırlarının çok geniş olduğunu hatırlatmak gerekmektedir. İdeoloji kavramının dil, söylem ve temsil konularıyla bağlantısının kurulabilmesi için çeşitli kuramcılar tarafından nasıl tanımlandığına yer

verildiğini belirtmek gerekmektedir. Üzerinde durulan kuramcılarının tanımlarının bu çalışma kapsamında ideoloji kavramının nasıl ele alınacağı konusunda da bir çerçeve oluşturacağı düşünülmektedir.

### **1.1.1. Kitle İletişim Araçlarının İdeolojik Pratikleri ve Temsil Sorunu**

İdeoloji kavramından söz ederken, ideolojinin siyaset kuramı ve iletişim çalışmalarını birleştirici bir unsur olarak karşımıza çıktığını söylemek mümkündür. “20. yüzyıl siyasal düşüncesi içinde ideolojinin ne olduğu ile birlikte nasıl işlediği sosyal bilimlerdeki tartışmaların neredeyse odağını oluşturmuştur” (İnal, 2003:13).

Hackett, ideoloji kavramını üç farklı açıdan değerlendirmektedir. İdeolojinin, çerçeveleme, doğallaştırma ve özneleri çağırma, konumlandırma işlevleri olduğunu vurgulayan Hackett’a göre, bu üç yaklaşım “ideolojinin başta sınıf ilişkileri olmak üzere toplumsal koşullar içinde kök salmış oluşudur” (İnal, 1999: 49).

Bir “çerçeveleme olarak ideoloji” (Hackett, 1999: 49); kitle iletişim araçlarını ve özellikle haber medyasını göz önünde bulundurduğumuzda olayların sunulması esnasında egemen anlamlandırmalara öncelik veren temel ideolojik çerçeve olarak karşımıza çıkmaktadır. Yani, bir olayın yalnızca iki tarafı olduğuna dair söylemler kitle medyasında yaygın biçimde karşımıza çıkmaktadır. Bu da bireyi iki kutuplu bir anlamaya yönlendirir. “Doğallaştırma olarak ideoloji” (Hackett, 1999: 52) yine haber medyası göz önünde bulundurulduğunda bir olaya konu olan iki tarafın görüşlerine yer verilmesi sonuçta taraflardan birinin ideolojisinin doğallaştırılması olarak karşımıza çıkmaktadır. “Özneleri çağırma, konumlandıran ideoloji” (Hackett, 1999: 55) kavramı ise; kişinin kitle iletişim araçlarından gelen iletiler karşısında özne olarak kurulmasını içeren süreçlere işaret eder.

Hackett'ın ideoloji kavramına ilişkin söz ettiği bu üç yaklaşımın örneklerini haber medyasında görmek mümkündür. Özellikle erkek egemen bakış açısıyla üretilen cinsiyetçi haber içeriği örnekleri ideolojinin işlerken belli anlamları nasıl doğallaştırdığına örnek oluşturması bakımından önemlidir. Örneğin erkek egemen bakış açısı içinde kurulan anlamların medyada doğallaştırılmasının en yaygın örneği töre cinayetlerine ilişkin haberlerde karşımıza çıkmaktadır. Töre cinayetlerine ilişkin haberlerde medyada üretilen anlam; “erkeğin kendi cinselliğine hakim olamayacağı, buna karşın kadının olabileceği ve olmazsa, yani kendini erkekten sakınmazsa, bu durumdan sorumlu kişinin kadın olacağıdır”. Kadına cinsel şiddet uygulayan erkek, bu davranışının sorumlusu olarak gösterilmemektedir. Sorumluluk kendini erkekten sakınmadığı için kadına atfedilmektedir. Bu da erkek egemen ideolojinin ürettiği anlamların doğallaştırıldığını göstermektedir. Bu konuya medyada kadının temsili başlıklı bölümde ayrıntılı olarak değinilecektir.

Hackett'ın üzerinde durduğu “ideolojinin özneleri konumlandırma süreci”nde işaret edilmesi gereken bir diğer önemli nokta kişinin, kurulan anlamları nasıl okuduğu, yorumladığıdır. Haberlerin söyleminin de belli özne konumlarını hedeflediği göz önünde bulundurulursa kişinin anlamları kurulan şekliyle mi okuduğu yoksa, bir karşı okuma yapıp yapamadığı da önem kazanmaktadır. Bu noktada dışımızdaki gerçekliği temsil eden metinlerin nasıl okunduğu, yorumlandığı önem kazanmaktadır. Bu nedenle kitle iletişim araçlarının ideolojik pratiklerinden söz ederken Althusser'in özne ve ideolojiye ilişkin görüşleri, Gramsci'nin hegemonya kavramı ve Sholle'nin kitle iletişim araçlarının ideolojik pratiklerine ilişkin söylediklerine değinmek konunun bütünlüğünün sağlanması açısından önemlidir.

Daha önce de üzerinde durulduğu gibi Althusser’e göre ideoloji “özne aracılığıyla, öznelere içindir, ideoloji bireyleri öznelere olarak çağırır, konumlandırır” (İnal, 1996: 60). Althusser ideolojinin, toplumsal ilişkilerin aktarıcısı konumunda olan bireyi bu ilişkilerin öznesi haline getirdiğinden söz etmektedir. Bireylerin bu ilişkilerin öznesi haline gelmesi “çağırma metaforu” ile açıklanmaktadır. “Örneğin yürürken arkadan birinin ‘hey, baksana’ diye seslenmesi durumunda kişinin bu sesin kendisine hitap ettiğini anlaması gibi. Ya da ‘Ey Müslüman’, ‘Ey Türk’, ‘Ey İnsan’ ‘Ey Sosyalist’ gibi adlarla çağrılanların birbirinden farklı kimlik ve pratikleri olmasına rağmen, çağrıldıkları adın tüm bu pratiklerin bir özetini oluşturması gibi” (Althusser, 1989: 10-11) .

Althusser’in “dil ve söylem içinde oluşan özne” (İnal, 1996: 60) vurgusu da önemlidir. Aile, okul, medya gibi tüm “toplumsal kurumlar ideolojinin taşıyıcıları” konumundadır, ve öznelere aracılığı ile varolmaktadırlar. “Bireyin söylemler içinde özneye dönüşmesi süreci de Althusser’in Lacan’ın kuramına dayandığının bir göstergesidir. Bu da medya çalışmaları açısından önemli bir katkıdır” (İnal, 1996: 60).

İdeolojiden ve kitle iletişim araçlarının ideolojik pratiklerinden söz ederken karşımıza çıkan en önemli kavramlardan biri de hegemonya kavramıdır. Hegemonya denildiğinde ilk akla gelen isim ise Gramsci’dir. Gramsci, hegemonyayı “egemen iktidarın kendi yönetimi için, hakimiyeti altındaki insanların rızalarını kazanmada başvurduğu bütün pratik stratejiler alanı” (Eagleton, 1996: 164) olarak tanımlamaktadır. Hegemonya, devlet ile ekonomi arasındaki bütün aracı kurumların kastedildiği “sivil toplum alanı” ile ilişkilendirilmektedir. Özel televizyon kanalları, aile, anaokulları, ordu, gazeteler... bireyi egemen iktidara “baskıdan çok rıza ile

bağlayan hegemonik aygıtlar” olarak görülmektedir. (Eagleton, 1996: 167) Gramsci “temel elemanları rıza ve ikna” olan hegemonyayı, “toplumda ezilen grupların rızasını almak isteyen güçlü grupların çabaları” şeklinde açıklamaktadır. (Arşan, 2004: 154)

Gramsci’nin hegemonyayı devlet ile sivil toplum alanı ile ilişkilendirirken yaptığı bu ayrım Althusser’in aygıtlar ayrımını çağırıştırır. Bilindiği gibi Althusser’e göre ordu, polis, mahkemeler, hapishaneler vb devletin baskı aygıtlarıdır. Devletin ideolojik aygıtları ise “birbirinden ayrı ve özelleşmiş kurumlar” (Althusser, 1989: 33) biçiminde dolaysız olarak karşımıza çıkan medya, okul, aile, sendikalar, kilise..gibi kurumlardır. Devletin baskı aygıtı zor kullanarak işlerken, devletin ideolojik aygıtları, ideolojiyi kullanarak işlemektedir. (Althusser, 1989: 35)

Althusser’in üzerinde durduğu devletin ideolojik aygıtlarının nasıl işlediğinin anlaşılması bakımından, Sholle’nin (1994) televizyonun ideolojik olarak nitelenen pratiklerine yaptığı vurgu önemlidir. Sholle’nin Televizyona özgü saptadığı bu pratiklerin günümüz medya endüstrisine ve kitle iletişim araçlarına genellenmesi olası görünmektedir. Bu pratiklerden söz etmek, medyanın toplumsal bilgiyi nasıl inşa ettiğinin anlaşılması bakımından önemlidir.

Sholle ilk olarak çökelme pratiğinden söz eder. Çökelme pratiği, “kendini gömülü bir ideoloji olarak depolayan söylemdir” (Sholle, 1994: 234). Sholle, çökelmiş ideolojilerin medyada “ardıyöre” biçiminde bulunduğunu, medyanın ideolojik işlevlerinin de bu çökelmiş söylemlerin toplumsal yaşam içinde kendine yer edinebileceği bir alan oluşturmak ya da var olan alanı desteklemek olduğunu vurgular. (Sholle, 1994: 234- 235). Şeyleşme pratiği ise, var olanın doğallaştırılmasıdır. “Nesnelerin bilinçli yorumunun ve nesneleri belli bir algılama

tarzının sabit kılındığı bir söylemdir” (Sholle, 1994: 236). İdeolojinin işlerken belli anlamları nasıl doğallaştırıldığı, Hackett’ın makalesi üzerinden tartışılmıştı. Sholle’nin söyleşme pratiğini de bu çerçevede değerlendirmek mümkündür. Uyarlama pratiği kitle iletişim araçlarının gerçekliğin “tek rasyonel söylem alanı haline geldiği bir görsel kültür” (Sholle, 1994: 236) yaratılma süreciyle ilgilidir.

Yatıştırma pratiği, “yoğunluğu azaltmak, pasif kılmak ve susturmak” (Sholle, 1994: 237) şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Meşrulaştırma pratiği de resmi onayın verilmesi olarak ifade edilebilir. Bu pratiğin özellikle haber medyasında karşımıza çıktığını söylemek mümkündür. Özellikle “Televizyon haberleri, olayları bağlamından koparan nesnel ama birbiriyle bağlantısız olguların ve olayların toplamından ibarettir” (Sholle, 1994: 238). Bu da enformasyonun anlamlı bir bütün haline getirilebilmesinin önündeki bir engel olarak karşımıza çıkar.

Televizyon haberlerinde görüntülü metin “gerçek yaşamın içinden” yapılmış bir alıntıdır. Televizyon metni gerçekliğini bu alıntılara dayandırır. Nasıl yazılı basın “nesnellik” iddiasını kaynak söylemlerinden yaptığı doğrudan ve dolaylı alıntılara dayandırmaktaysa televizyon metni de, gerçeklik ve nesnellik iddialarını bu alıntılanmış yaşantı momentlerine dayandırır. Alıntılanan, akredite bir kaynağın söylemi olmayabilir, gösteriler sırasında çekilen herhangi bir görüntü, “nesnellik” iddiasının kanıtı niteliğindedir. Diğer bir deyişle televizyon metni “gerçeklik” ve “nesnellik” yanılışmasını bu yolla kurar (İnal, 1996: 103).

Depolitizasyon pratiği ise, “pratik sorunların kamusal tartışmadan dışlanması” (Sholle, 1994: 239) sonucu bireylerin kendi kültürlerini üretme yeterliliklerinin azaltılması olarak karşımıza çıkmaktadır. Habermas bu süreci şöyle dile getirmektedir:

Kitle iletişiminin kullandığı ince toplumsal denetim, siyasal süreçleri tanınmaz hale getirmek için altı boşaltılmış bir özel alan gözlüğü kullanır. Kitle kültürünün dayattığı mahremiyetçilik (privatism), depolitize edilmiş kamusal dünyayı egemenliği altına alır (Habermas, 1970: 42, aktaran Sholle, 1994: 239).

Fosilleştirme pratiği ise, “değiştirme yetisinden yoksunlaştırma” (Sholle, 1994: 239) olarak ifade edilebilir. “Özellikle dil üzerinde egemenlik kurma ve toplumda dilsel açıdan zayıf bir tabaka yaratmada görülebilir” (Mueller, 1973: 99, aktaran Sholle, 1994: 239). Son olarak üzerinde durulması gereken ters yönde tartışma pratiği ise medyanın kendi ürettiği çatışmalarla beslenmesi olarak karşımıza çıkmaktadır. “Medya çoğulluğu sunar ama bunu yalnızca söz konusu farklılık ve alternatiflerden bir oydaşma meydana getirecek şekilde yapar” (Sholle, 1994: 239).

Sonuç olarak medyanın ideolojik işlevleri tartışılırken, başat ideolojilerin medya dolayısıyla nasıl yeniden kurulduğu ve ideolojinin işlerken belli anlamları nasıl doğallaştırdığı üzerinde durulmuştur. Sholle’nin televizyonun-dolayısıyla kitle iletişim araçlarının- ideolojik pratiklerinin neler olduğu ile ilgili tartışması, bu pratiklerin işleyişi göz önüne alındığında bizi hegemonya, iktidar, dil ve söylem kavramlarına götürmektedir.

### **1.1.2. Hegemonya, İktidar, Dil ve Söylem Kavramları Bağlamında Medyada Temsil Sorunu**

Önceki bölümde, temsil kavramından söz ederken üzerinde durulduğu gibi Hall egemen ideolojilerin medya söylemlerine nasıl nüfuz ettiği sorusunun yanıtını ararken, “sembolik mesajların üretiminin dilin aktarımından geçmeden gerçekleşemeyeceği” savından hareket etmekteydi. (Hall, 1994: 203-204) Fransız dil bilimci Ferdinand de Saussure ise ilk olarak söz (parole) ve dil (la language) ayrımı yapar. “Dil herkesin ortak malı olandır, yani toplumsal olandır. Söz ise bireyin söylediklerinin toplamıdır” (Saussure, 1985: 22, aktaran İnal, 1996: 46). Saussure, “dil dizgesi” ni “söz” den ayırmış, bunu yaparken de hem dilbilimin konusunu belirlemeye çalışmış, hem de dil ve anlam sorunları ile ilgilenmiştir (İnal, 2003: 17).

Saussure'un ikinci ayrımı ise "gösterge" (işaret/sign) kavramı ile ilgilidir. Saussure'a göre; "Dil göstergesi bir nesne ile bir adı birleştirmez, bir kavramla bir işitim imgesini birleştirir" (Saussure, 1985:71, aktaran İnal, 1996: 47).

Saussure, gösterge kavramını gösteren ve gösterilen içerisinde tanımlar. Bir gösteren ile gösterilenin rastlantısal ilişkisinden söz eden Saussure, anlamın yapıdan geldiğini, nesneden gelmediğini vurgular. Yani Saussure'a göre gösteren ve gösterilen arasında neden-sonuç ilişkisine dayanan bir bağ bulunmamaktadır.

Saussure'un üçüncü ayrımı ise, ilk ayrımın devamı niteliğinde sayılabilecek "eşsüremlili ve artsüremlili analiz" olarak karşımıza çıkmaktadır. "Eşsüremlili dilbilim durumlarla, dizgeyle paradigma ile ilgilenir, artsüremlili dilbilim ise, dilin evrimi, değişimi ve geçirdiği dönüşümlerle ilgilenir" (İnal, 1996: 47). Saussure' e göre, eşsüremlili analiz, artsüremlili analizi geride bırakmıştır. "Dizge içinde her göstergenin değeri diğer göstergelerle ilişkisinden, farklılığından kaynaklanır. Dolayısıyla anlam/değer, tarihsel ve toplumsal bağlam dikkate alınmaksızın –Saussure aslında bunların önemini reddetmez- dil dizgesi (yapı) ile açıklanmıştır" (İnal, 2003:17-18).

Dil bütün bölümleri eşsüremlili dayanışmaları açısından ele alınabilen ve alınması gereken bir dizgedir. Bozulmalar dizgenin bütününde değil de şu ya da bu ögesinde görüldüğünden ancak dizge dışında incelenebilir. Kuşkusuz her bozulma dizgeye de yansır, ama ilk bozulma olgusu ancak bir noktayı etkiler. Bütün açısından ortaya çıkabilecek sonuçlarla bu olgunun hiçbir bağlantısı yoktur. Ardışık öğelerle süremdeş öğeler, etki alanı dar olgularla bütün dizgeyi etkileyen olgular arasındaki bu nitel ayrılık, söz konusu olguları bir tek bilim içinde toplamamızı önler (Saussure, 1985; 93, aktaran İnal, 1996: 48).

Kısaca Saussure, dizge içinde anlam sabitlenmesi ile farklılıklara gidilebileceğinden söz eder. Saussure'un üzerinde durulması gereken en önemli yaklaşımı göstergeyi göndergeden koparmasıdır. Saussure, anlamı açıklayabilmek

için dizgeye giderken toplumsal ve bireysel olanı bir kenara bırakmıştır. Ve bu yaklaşımıyla da eleştirilmiştir (İnal, 1996: 46-49).

Daha önce de üzerinde durulduğu gibi, Saussure, “dilsel sistemle ilgilenmiş ve bu sistemin göndermede bulunduğu gerçeklikle nasıl ilişkilendirildiği” (Fiske, 1996: 115) üzerinde durmuştur. Bu sistemin okurla nasıl ilişkilendirildiği ile ilgilenen kişi ise Roland Barthes’dır. Barthes, “ortaya attığı farklı yaklaşımlar, kavramlar, tipleştirdiği okuma biçimleri ile yalnız edebi metinler üzerine yapılan çözümlemeler içinde değil, iletişim ve medya çalışmalarının odaklandığı pek çok konuda referans olan araştırmacıların en önemlileri arasında yer alır” (İnal, 2003: 10).

Anlamlandırmada ilk düzey, Saussure’un üzerinde çalıştığı düzeydir. “Bu düzey, göstergenin göstereni ve gösterileni arasındaki ilişkiyi ve göstergenin dışsal gerçeklikteki göndergesiyle ilişkisini betimler” (Fiske, 1996: 116). Yani Saussure’un bahsettiği sabit anlama Barthes düz anlam adını vermiştir.

Düz anlam, göstergenin ortak duyuşal, aşık anlama gönderme yapar. Bir sokak manzarası fotoğrafı belirli bir sokağı gösterir; “sokak” sözcüğü binalar arasında uzanan bir şehir yolunu anlatır. Ama ben aynı sokağı önemli derecede farklı biçimlerde fotoğraflayabilirim. Renkli bir film kullanabilir, donuk bir gün ışığı seçebilir, yumuşak bir odak ayarı yapabilir ve sokağı çocuklar için mutlu, sıcak, şefkat dolu bir oyun alanı haline getirebilirim. Ya da siyah beyaz bir film, sert odak ayarı, güçlü kontrastlar kullanabilir ve aynı sokağı oyun oynayan çocuklar için soğuk, zalim, barınılamaz ve yıkıcı bir mekan haline getirebilirim. Bu iki fotoğraf, aynı ana ve birbirine yalnızca birkaç santimetre uzaklıkta iki fotoğraf makinesi tarafından çekilmiş olabilir. Bu iki fotoğrafın düz anlamsal anlamı aynı olacaktır. Farklılığı yaratan yananamlardır (Fiske, 1996: 116).

Saussure’un üzerinde durduğu “göstergelerin değerlerinin dizgedeki farklılıklardan kaynaklandığı” yönündeki vurgu “verili bir dil kullanıcısı varsayarken anlamların –bir zaman kesiti içinde- görece olarak sabitlendiğine” (İnal, 2003: 18) yöneliktir. “Barthes’ın mitleri çözümlemek üzere iki dizge arasında yaptığı ayırım ve

ikincisinin doğrudan birincisine dayandığı yönündeki görüşü, güçlü bir biçimde düz anlamın uzlaşımşallığı” (İnal, 2003: 18) üzerinde durmaktadır.

Barthes “Çağdaş Söylenler” (Mythologies) adlı çalışmasında “mitlere yönelik yapısalcı yaklaşımla kapitalizmde tüketime sunulan malların fetişleştirilmesine yönelik Marksist eleştiriyi” (Kearney, 1986: 322, aktaran İnal, 2003: 14) bir araya getirir. Çağdaş Söylenler çalışmasında Barthes için düz anlam, Saussure’un dizgedeki sabit anlamı, yani herkesin üzerinde uzlaştığı anlamdır. Bu çalışmada “yan anlam ve düz anlam iki ayrı düzeydir” (İnal, 2003: 19).

Sumner, Barthes’ın bu çalışmasında yaptığı “düz anlam yan anlam ayrımının ideoloji ve dile ilişkin bir ayrımın sonucu” (İnal, 1996: 56) olduğunu belirtir. “Yan anlamın esasını oluşturan ideoloji toplumsal olarak konumlanmış kodlayıcının bir ürünüdür, herhangi bir dilin temel işaretlerini içeren bir düzey olan düz anlam ise ‘konuşan kitlelerin’ pratikleri ve ‘karar alan gruplardan kaynaklanan tesadüfi ilişkiler olarak görülür” (Sumner, 1979: 137, aktaran İnal, 1996: 56). Ancak Sumner Barthes’ın söylemini “her ikisinin bir karışımı” (İnal, 1996: 56) olarak nitelendirmektedir.

“Moda Dizgesi” adlı çalışmasında ise Barthes moda fotoğraflarını incelemiş ve onları anlatan sözcükler sayesinde fotoğrafların anlamlandırıldığının altını çizmiştir. Barthes, daha sonraki çalışmalarında “düz anlam ve yan anlamın ayrılmazlığı” (İnal, 2003: 19) üzerinde durmaktadır.

Yananlamı mümkün kılan aslında düzanlamdır. Göstergenin çok vurgululuğu ve anlamlandırma sisteminde gösterenin önceliğinin anlaşılması ile yananlam ve düzanlam arasında yapılan ayrım ve bunları iki farklı düzey olarak ele alan yaklaşım moda incelemesi ile birlikte dayanaklarını yitirmiştir (İnal, 2003: 19).

Barthes'ın düz anlam ve yan anlam ayrımının anlaşılabilmesi için üzerinde durulması gereken diğer çalışması Balzac'ın Sarazine adlı romanını çözümlediği “S/Z” adlı çalışmasıdır. Bu çalışmada Barthes düz anlamın ilk anlam olmadığını, ideolojiden arınmış olduğu iddiasında olduğundan asıl ideolojik olanın düz anlam olduğunu vurgular. “Barthes’a göre artık düzanlam yananamların sonuncusudur. Metni temellendirip kapatan düzanlamdır” (İnal, 2003: 20). Yani asıl ideolojik olanın düz anlam olduğunu, yan anlamın ise bizim ayırdında olduğumuz ideolojik anlamlar olduğunu belirtir.

Barthes bu çalışmasında düzanlam ve yananlam arasında yapılacak kesin bir ayrımı kabul etmemektedir. Çünkü artık sorun “metnin yapılaşması”, ideolojinin kurulma anıdır. “Gerçekçi metinde gösteren ve gösterilen arasında kurulan özdeşlik, dünyanın kabul edilmiş doğal görünümünü temsil etme yeteneğinin ön koşuludur” (İnal, 1996: 56). Bu da okuyucu için “gerçek” tir.

Barthes'ın işaret ettiği bu sorun medya metinleri ve özellikle haber metinleri için ciddi sorunlara işaret etmektedir. Özellikle görsel medyada yer alan haberler ‘gerçeğe’ dayandıklarına ilişkin iddialarını, görsel metinlerin kodundan yararlanarak kurmaktadırlar. Metin içinde görülen ve bir patlama ile parçalanmış otomobil imgesi bir gösterendir. Gösterilen ise patlamanın şiddetiyle parçalanmış otomobildir. Görsel metin içinde göndergeye ilişkin hiçbir şey yoktur ve olamaz. Oysa izleyici göstereni gönderge ile özdeşleştirir ve ‘gerçeğe tanık olduğuna’ inanır. Gazetecinin ve yayın kuruluşunun iddiası da izleyiciyi gerçeğe tanık etmektir. Görsel imge ise bir kamera açısından, belli bir ışık düzeyinde alınmış görüntüden başka bir şey değildir (İnal, 1996: 56-57).

Okurcul metin, bir gösterenin bir gösterilene bağlanıp anlamın kapanması ve sabitlenmesidir. Yani bir gösteren ideolojik olarak herkesin uzlaştığı bir gösterilene sabitlenir ve öteki gösterilenler gözlerden silinir. Ve o gösterge doğrudan gösterilene işaret ediyormuş gibi bir yanılsama yaratılır. Okurcul metinlerde okuyucunun metni tüketmesi beklenir. Yazarsal metin ise anlamı açar, sabitlemez. Okuyucunun metni

tüketmesini değil, ona karşı durmasını bekler. Okuru harekete geçirir, onu yerinden eder ve onun özne konumunu bozar. Yazarsal metinler, okuyucuyu rahatsız eden ve onun gelenekleri ve kültürü dışında özne konumu yaratan metinlerdir. (İnal, 1996: 57)

Volosinov ve Bakhtin ise “dil sorununa toplumsal boyutu” (İnal, 1996: 53) da ekleyerek katkıda bulunmuşlardır. “Saussure’un dil dizgesini tanımlarken işaret ettiği ancak kuramsal açıdan geliştirmedeği toplumsal boyut devreye girdiğinde doğal olarak inceleme birimi dil dizgesi olmaktan çıkmış ve bireysel kullanımlara kaymıştır” (İnal, 1996: 53). Yani toplumsal sınıflar ve tabakalar içerisinde dil de benzer şekilde katmanlaşmakta ve artık işaret tek vurgulu olmaktan çıkıp “çok vurgulu” olmaktadır.

Volosinov’un “dil sorunsalı ideoloji sorunsalı” ile örtüşür niteliktedir. “İdeolojinin alanı, işaretlerin alanı ile çakışır. Nerede bir işaret varsa orada ideoloji de vardır. İdeolojik olan her şeyin semiyotik değeri vardır” (İnal, 1996: 52-53). Volosinov’a göre;

“İşaretin yansıttığı varoluş, yansıtma sırasında kırılır. Bu kırılma ise farklı toplumsal çıkarların aynı dilsel topluluk içinde çakışması ile oluşur. Böylece işaret bir savaşım alanı olur. İşaret çok vurguludur ancak yönetici sınıf ise işareti tek vurgulu yapmaya çalışır (İnal, 1996: 53).

Volosinov, çok vurgululuk konusunu ele alırken “anlam ve vurgu arasındaki ayırım” üzerinde de durmaktadır. “Bir sözcüğün sözlük karşılığı, o sözcüğün anlamını oluşturur, vurgu ise tamamen kullanıma ilişkin bir sorundur” (İnal, 1996: 53) . Aynı sözcüğün çok sayıda vurgu taşıdığını söylemek mümkündür. Örneğin, “ ‘siyah’ kelimesi hem baskı altına alınanların hem de baskıyı uygulayanların sözcük hazinelerine aittir” (Hall, 1994a: 89). Ancak her iki taraf için “siyah” kelimesi ile ilgili olarak farklı vurgular söz konusudur.

“Siyah hareketin söyleminde, ‘siyah = hakir görülen ırk’ şeklindeki lekeleyici yan anlam karşısına çevrilebilirdi, yani ‘Siyah =Güzel’” (Hall, 1994a: 89)

Bakhtin de dilin “çokvurgulu” olduğunu bu nedenle de ideolojik olduğunu belirtir. Çünkü bu vurgululuk ideoloji içinde belirlemektedir. Bakhtin merkezi güçlerin her zaman dilde anlamı sabitlemeye çalıştığını, merkez-kaç güçlerin ise kendi vurgularını dile getirdiklerini bu nedenle de dil ve vurgunun mücadele alanı olduğunu da belirtir. (İnal, 1996: 50-51 )

Söylem, iktidar ve güç kavramlarından söz ederken üzerinde durulması gereken bir diğer isim de Fransız düşünür Foucault’dur. Aslında söylem, dil ve özne konusunda Althusser ve Foucault birbirini hatırlatmaktadır. Ancak iktidar konusunda birbirinden ayrılırlar. Althusser iktidara sınıf temelli yaklaşırken, Foucault, iktidarın sınıf ekseninde belirlenmediğini, söylemin de bir bilgi üretme şekli olduğunu savunur.

Foucault’un söylem kavramı onun üzerinde durduğu iktidar kavramı ile birlikte düşünülmelidir. Foucault’a göre “İktidar, bir kurum bir yapı değildir, bazılarının baştan sahip olduğu belirli bir güç değil, karmaşık bir stratejik duruma verilen addır” (Foucault, 1993: 101-103).

Foucault, güç ve iktidarın kaynağının devlet olduğu yönündeki anlayışı tartışmaya açmıştır. Foucault’a göre devlet tüm güç ve iktidar ilişkilerinin açıklanmasında yeterli bir kavram olarak düşünülmemelidir. Çünkü “devletin kendisi varolan bu güç/iktidar ilişkileri üzerine kuruludur” (İnal, 1996: 63) Foucault’a göre iktidar A’nın B’ye dayattığı bir şey değildir. Her ikisinin de içinde olduğu mikro pratiklerde yeniden kurulan, tabi olanın da iktidarın aktif üreticisi olduğu bir süreçtir.

Laclau ve Mouffe ise Foucault'dan farklı olarak “pratiğin belirli bir söylem hattı boyunca yapılandırıldığı” gerekçesiyle “söylemsel ve söylemsel olmayan pratikler ayrımı”nı (Eagleton, 1996: 302) kabul etmezler. Söylemsel yapıların maddi yapıda olduğunu belirten yazarlar “tek ve bütünlüklü bir özne” anlayışını kabul etmezler. Farklı özne konumlarının “söylemsel formasyon içinde yayılmış olduğunu kimliklerin alanının da sabit olmayan üst belirlemenin alanı” (Eagleton, 1996: 302) olduğunu savunurlar. Laclau ve Mouffe anlamlandırma sürecini sınırsız bir süreç olarak tanımlamaktadırlar. Yazarlar, daha önce üzerinde durulan, Saussure’un dil dizgesinin her ögenin anlamını sabitleştiren bir sistem olarak ele almasını eleştirmektedirler. Gösterge kavramını “bir yarılmanın, gösterilenle gösteren arasındaki olanaksız bir dikişlenmenin adıdır” (Laclau ve Mouffe, 1992: 141, aktaran İnal, 1996: 64-65) biçiminde tanımlamaktadırlar.

Van Dijk’a göre de söylem konusuyla ilgili olarak üzerinde durulması gereken nokta, “toplum içindeki güç dengeleridir” (Arsan, 2004: 157). Yani toplum içinde güçlü olan gruplar, daha az güçlü olanlar üzerinde düşünce ve hareketlerinin kontrolü bakımından söz sahibi olmaktadır. Gücün kullanımı da para, şöhret, statü gibi gereklilikleri de beraberinde getirmekte, bunlara sahip olanlar da kamusal söylemi yönetmek açısından daha üstün bir konum işgal etmektedirler (Arsan, 2004: 157).

Hegemonya, iktidar, dil ve söylem kavramlarından söz etmek, kitle iletişim araçlarının ideolojik pratikleri ile bağlantılı olarak, medyadaki temsillerin bu kavramlardan bağımsız olarak gerçekleşemeyeceğinin anlaşılması bakımından önemlidir. Elbette sözü edilen kavramlar sınırları çok geniş ve tartışmalı kavramlardır. Ancak belirtmek gerekir ki yukarıda söz edilen kuramcılarının özellikle

dilin önemine yaptıkları vurgu, medya çalışmaları açısından önemlidir. Çalışma kapsamında temsil ve temsilin gerçekleştiği araç olan dilin kullanımının önemi göz önünde bulundurulduğunda bu kavramlar ile ilgili tartışmalar üzerinde durmanın anlamlı olduğu düşünülmektedir.

Medyanın en büyük kültürel işlevlerinden biri başkalarının hayatlarını algıladığımız ve onların dünyaları ile bizimkileri bir bütün halinde, hayali olarak yeniden inşa ettiğimiz toplumsal bilginin ve imgenin sağlanması ve “seçmeci olarak yeniden inşa edilmesidir” (Hall, 1994b: 201). Daha önce de üzerinde durulduğu gibi “hegemonya çoğunluğun kendisini ikincil konuma koyan sisteme rızasının sürekli biçimde kazanılmasını ve yeniden kazanılmasını içerir” (Fiske, 1996: 225). Temel hegemonyacı stratejilerden biri de ortak duyunun inşa edilmeye çalışılmasıdır. Medya bu işlevin yerine getirilmesinde büyük payı olan bir araçtır. Bu ortak duyu çerçevesinde farklı anlamlar üretilmesi engellenir. Örneğin, medyada meclisteki kadın milletvekillerinin gerçekleştirmek istedikleri icraatlardan ya da başarılarından söz etmek yerine nasıl giyindikleri ve güzelliklerinden söz edilmesi onların başarılı, kariyer sahibi ve önemli bireyler oldukları gerçeğinin göz ardı edilmesine yöneliktir. Bu da toplumda egemen olan cinsiyetçi bakışın yeniden üretilerek dolaşıma sokulduğunun ve farklı anlamlar üretilmesinin engellendiğini bir göstergesidir.

Çalışmanın buraya kadar olan kısmında üzerinde durulan ideoloji kavramı, kitle iletişim araçlarının ideolojik pratikleri, hegemonya, dil, söylem gibi kavramların medyada temsil konusunun anlaşılmasındaki önemini bu noktada tekrar vurgulamak gerekmektedir.

Daha önce üzerinde durulduğu gibi Gramsci (Eagleton, 1996; Arsan, 2004) hegemonya kavramını açıklarken, “rıza” ve “ikna” kavramlarını kullanmaktaydı.

Toplumda ezilen sınıfın üzerinde onların rızasını almaya çalışan güçlü grupların çabalarını Gramsci hegemonya kavramı ile açıklamaktaydı. Benzer şekilde Van Dijk'da (1994) güçlü grupların diğerleri üzerindeki egemenliğinden ve kamusal söylemi yönettiğinden söz etmekteydi. Konuyla ilgili olarak daha önce üzerinde durulan kuramcıların görüşlerine tekrar yer vermekten ziyade burada belirtilmek istenen nokta, kamu rızasının ancak ikna yoluyla elde edilebileceği savından hareketle medyanın bu rızanın üretildiği kurumlardan biri olduğunun altını çizmektir.

Egemen sınıfın fikirleri her dönemde egemen fikirlerdir: yani, toplumdaki maddi gücü yöneten sınıf aynı zamanda entelektüel gücü de yönetmektedir. Maddi üretim araçlarını kendi tasarrufu altında tutan sınıf aynı zamanda zihinsel üretim araçları üzerinde de denetime sahiptir. Bu nedenle, genel olarak konuşursak, zihinsel üretim araçlarından mahrum kalanların fikirleri, egemen sınıfın fikirlerinin etkisi altında kalır (Marx ve Engels, 1970: 64, aktaran Shoemaker, Reese, 2002: 140).

Daha önce üzerinde durulduğu gibi Althusser (1989) medyayı devletin ideolojik aygıtları olarak değerlendirmekte ve egemen sınıfın ideolojisinin etkisinin en fazla görüldüğü yer olarak görmekteydi. Bu bağlamda, “devletin haber üretme aygıtı olarak tanımlanan ‘merkez medyanın’ toplum içindeki tahakküm kurma ve tabi olma oyununda ne kadar etkin bir rol oynadığı daha net anlaşılabilir” (Arsan, 2004: 159). Yani medya bir taraftan durum tanımları yapmakta ve anlam üretmekte diğer taraftan da bu tanım ve anlamları tekrar tekrar üreterek dolaşıma sokmaktadır. Yani egemen ideolojiler medya dolayımıyla yeniden kurulmaktadır.

Bir toplumda güç ve iktidar sahibi kişilerin, kurum ya da kuruluşların söylemlerinin medya içeriği üzerindeki etkisinden söz ederken bu kişi, kurum ya da kuruluşların kimler ya da neler olduğu sorusu da gündeme gelmektedir. Eğitim kurumlarından gelen kültürel sermaye ile aileden gelen kültürel sermayeyi birleştirebilenler sembolik seçkinlerdir. (Üniversite hocaları, medya çalışanları,

sanatçılar gibi) Bunlar kendilerinin iktidara eklemelenmesini devre dışı bırakacak profesyonel ideolojilere sahip olduklarını savunurlar. Ancak sembolik seçkinler toplumda ayrıcalıklı olduklarını savunarak ayrıcalık talebinde bulunurlar. (medya çalışanları insanları bilgilendirdikleri yönündeki söylemin arkasına saklanırlar) Haber toplama örgüt yapısının da zaten siyasal ve sembolik seçkinlerin düşüncelerini yansıttığı ve sembolik seçkinlerin de ekonomik ve siyasal iktidar gruplarından bağımsız olmadığı göz önünde bulundurulursa haber değerine sahip konuların yine siyasal ve sembolik seçkinlerle ilgili olduğu söylenebilir. Anlamlar onlardan alınarak dolaşıma sokulmaktadır. Yani medya ayrıcalıklı bir konum işgal ederken yine ayrıcalıklı konumdakilerin söylemlerini dolaşıma sokmaktadır. (İnal, 1996: 58-69)

Haber medyasında, bilginin bu stratejik denetimi, kısıtlı başlık seçimi ve daha genel olarak toplumsal ve siyasal gerçekliklerin özgül yeniden inşaları yoluyla uygulanır. Bu sürecin kendisi çeşitli seçkin aktörlerin, kişilerin, grupların, sınıfların, kurumların, ulusların ya da dünya bölgelerinin çıkarlarına ağırlık verilmesini destekleme eğiliminde olan haber ve haber değeri hakkındaki mesleki ideolojiler sistemi tarafından yönetilir (Van Dijk, 1994: 281)

Çalışmanın kapsam ve sınırlılıkları çerçevesinde bu konu ile ilgili tüm tartışmalara yer vermek olası görünmemektedir. Ancak vurgulanması gereken en önemli nokta yönetici sınıfın gücünü sürdürmek için ikna yoluyla kamu rızasına başvurduğu ve bu rızanın sağlanmasında en etkili gücün de medya olduğudur. Haber konusu ile ilgili tartışmalara ayrıntılı olarak yer verilmemiştir ancak medyada haber üretim sürecinde sembolik seçkinlerin rolü ve haberin gerçek dünyayı olduğu gibi yansıtmayıp onu yeniden inşa ettiğinin önemini vurgulamak gerekmektedir. Bu noktada temel sorun haberin “gerçeği” yansıtmaya iddiasında olmasıdır. Çünkü daha önce de vurgulandığı gibi haberde egemen söylemler temsil edilmektedir. Bu çalışma

kapsamında medyada temsilin bir sorun olarak ele alınmasının nedeni de medyada egemen söylemlerin temsil edilmesidir.

Buraya kadar kısaca ideolojinin medya dolayımıyla nasıl yeniden kurulduğu, ideolojinin işlerken belli anlamları nasıl doğallaştırdığı ve medyanın ideolojik işlevleri üzerinde durulmuştur. Medyada temsil konusu hegemonya, iktidar, dil ve söylem kavramlarından bağımsız değildir. İdeoloji kavramına ilişkin olarak tüm bu üzerinde durulan kavram ve yaklaşımlardan sonra kitle iletişim araçlarının ideolojik rolleri ve bu çerçevede medyada temsil sorununa daha geniş bir biçimde yer vermek, konunun bütünlüğünün sağlanması açısından önemli görülmektedir. Bu nedenle tüm bu üzerinde durulan süreçlerden bağımsız olmayan medyada toplumsal cinsiyet temsili konusu üzerinde durmak gerekmektedir.

## **1. 2. Medyada Toplumsal Cinsiyet Temsili**

Toplumsal olarak inşa edilen rol kalıpları çerçevesinde toplumsal cinsiyete ilişkin belirli tanımlamalar yapılmaktadır. Yapılan bu tanımlamalar medya dolayımıyla yeniden kurulmakta ve belli anlamlar doğallaştırılmaktadır. Medyada toplumsal cinsiyet temsili konusundan söz etmeden önce toplumsal cinsiyetle ilgili tartışmalara yer vermenin ve farklı feminizmlerin yaklaşımlarını tartışmanın konunun daha geniş bir perspektifte değerlendirilmesine olanak tanıyacağı düşünülmektedir.

### **1. 2. 1. Toplumsal Cinsiyet Kavramı**

Toplumsal cinsiyet kavramı, kadın ve erkek arasında biyolojik ve genetik farklılıklar haricinde toplum tarafından oluşturulan ve cinsiyet rollerinin de bu toplumsal farklılıklar etrafında şekillendirildiği ayrımları ifade etmektedir. Toplumsal cinsiyet kavramından söz ederken feminist kuram içerisinde toplumsal

cinsiyete bakış açılarının tartışıldığı özcü (essentialist) ve özcülük karşıtı (anti-essentialist) yaklaşımlar üzerinde durularak, bu yaklaşımların farklılık, kimlik ve öznellik gibi konuları nasıl ele aldığına yer verilecektir.

Schroeder' e göre (2007:64) Batılı feminist söylem kadın kimliğini “beyaz, orta sınıf, yüksek tahsilliği ve genelde heteroseksüel olmak” üzerine inşa etmiştir. Feminist çalışmaların dünyada yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte, kendi sorunlarının bu kadın kimliğinin çerçevelediği özgürlük hareketi içerisinde temsil edilmediğini gören kadın grupları batılı feminist söylemin inşa ettiği bu kadın kimliğini sorgulamaya başlamışlardır. Tartışmaların yaygınlaşmaya başlaması ile birlikte bazı feministlerin de kadınların yaşadıkları baskı ve sorunların evrensel olmadığını kabul etmesiyle birlikte kadınların dil, etnisite, kültür gibi farklılıkları, yapılan araştırmalarda önemli bir unsur haline gelmiştir. Farklı etnisiteye sahip ve farklı kültürlerden gelen kadınların sorunlarının da farklı olduğu anlaşılmış böylece toplumsal cinsiyet ve eşitsizlik gibi konular uluslar arası ölçekte büyük önem teşkil etmeye başlamıştır. Bu noktada, batılı feminist kuramlar ile batı dışında gelişen feminist kuramlar etkileşim içine girmiş ve bu etkileşim de çalışmalarına yansımaya başlamıştır.

Feminist kuram kadına yönelik baskıyı kuramsallaştırmaktan ibaret değildir...Cinsiyeti kadın olan ya da kadın olarak cisimlenmiş özne hakkında gelişmekte olan bir kuramdır; oluşumu ve toplumsal, öznel varolma biçimleri en bariz olarak cinsiyet ve toplumsal cinsiyeti içerir, ama aynı zamanda ırk, sınıf ve diğer kaydadeğer sosyo-kültürel ayrımları ve sunumları da içerir (Lauretis, 1993, aktaran Schroeder, 2007: 65-66).

Sonuç olarak kadınlar arasındaki kültür, etnisite gibi unsurlardan kaynaklanan farklılıkların kabul edilmesini sağlayan feminist tartışma ve kuramların “kadın kimliğinin homojenleşmesi ya da pek çok kadının feminist hareketin dışına itilme riskini” (Schroeder, 2007: 66) azalttığını söylemek mümkündür. Ayrıca batılı

feminist söylemin inşa ettiği kadın kimliği dışında kalan farklı sınıf ya da etnisiteye mensup kadınlar da kendilerine ait sorunların feminist tartışmalar gündeminde yer alması için mücadele etmeye başlamıştır.

Bu mücadele süreci sonunda, kadınlar arasındaki farklılıklar ve kadın kimliği konuları feminist psikanalist yaklaşımdan edebiyat, sosyal bilimler, felsefe gibi konulara kadar geniş bir yelpazede incelenip, ele alınmıştır. Freud'un psikanaliz alanında yaptığı çalışmalar, Luce Irigaray'ın kadın tasvirleri üzerine çalışmaları, Helene Cixous'un kadın yazın kuramına yaptığı vurgu önemlidir. "Irigaray ve Cixous kadınlar arası farklılığın ataerkil sembolik düzen tarafından temsil edilmediğini ve bu düzenin kanunlarının ve dilinin kadınların yararına hizmet etmediğini" vurgular. (Schroeder, 2007:67) Bu nedenle bu çalışmaların erkek egemen düzene ciddi bir meydana okuma içerdığını söylemek mümkündür.

Harding'in toplumsal cinsiyet tanımlaması, "cinsiyet farklılığının doğal bir sonucu ya da bireylere kültürden kültüre farklı biçimlerde atfedilen basit bir toplumsal değişken olarak değil, içinde insanların düşündükleri ve toplumsal etkinliklerini düzenledikleri analitik bir sınıflama" (Zoonen, 2002: 495) olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu tanımdan anlaşılabileceği gibi anlam asla verili olmamakla beraber, kültürel ve tarihsel konumlara göre değişmektedir. Bu nedenle toplumsal cinsiyetin anlamı da devam eden toplumsal "mücadele ve müzakerelere" maruz kalmaktadır. (Zoonen, 2002: 495)

Kadın ve erkek arasındaki farklılığın doğal mı yoksa kültürel mi olduğu konusu 1980'lerden bu yana özcü (essentialist) ve özcülük karşıtı (anti-essentialist) tartışmalar etrafında şekillenmeye başlamıştır. Bu noktada kısaca özcü ve özcülük karşıtı tartışmalara değinmek gerekmektedir.

“Özcü yaklaşıma göre ‘kadınlığın özü’ olarak ifade edilen şey, ataerkil sistem tarafından baskı altında tutulan ve ezilen tüm kadınların ortak özelliğidir ve politik eylemlerin oluşumuna temel teşkil eder. Modernist söylemlerden beslenen bu argüman, bütün kadınların doğuştan sahip olduğu varsayılan ‘kadın doğası’na gönderme yapar.” (Schroeder, 2007:68).

Schroeder’in (2007: 68) de vurguladığı gibi “Irigaray ve Cixous gibi bazı feminist yazarlar esas olarak kadının temsil biçimleriyle ilgilenir; doğal olarak farklı bir kadın dilinin ya da kadınsı dilin var olduğunu ileri sürer.” Yani Irigaray kadın ile erkek arasındaki ilişki üzerine bina edilmiş düzeni ve “iktidar dengesini tersine çevirmek” gerektiğini öne sürer. Kadına özgü toplumsal düzenin geliştirilmesi için düşünceler üretir. Böyle bir şey ona göre “dişil öznelliğin” oluşturulmasıyla gerçekleşebilecektir ve dolayısıyla ”kadını erkekleştiren” mevcut sistemin dilini ve terimlerini kabul etmenin bir tehlike oluşturduğunu açık olarak belirtir. Burada ”kadın erkek eşitliği” fikri reddedilir, asıl mesele ”erkek gibi” olmamak olarak ele alınır (Schroeder, 2007: 68).

Özcü yaklaşımın vurguladığı biyoloji, patriarkal düşüncenin kendine ifade alanı bulduğu en önemli alanlardan biridir. “Tıbbın bilimselliğinden güç alan patriarkal düşünce” (Yeğenoğlu, 1997: 193) kadını ikincil konuma yerleştirirken meşruluğunu onu gövdenin alanına hapsederek gerçekleştirmiştir. Çünkü kadın gövdesi aklın kontrolünde olmayandır. Kadının cinselliği ve doğurganlığı kadınlığı tanımlayan temel özellik olmuştur. Bu sayede “erkek zihinsel olanla kadın ise gövdesel olanla özdeşleştirilmiştir” (Yeğenoğlu, 1997: 193).

Özcü yaklaşımı eleştiren, kadınlığın ve erkekliğin doğa tarafından belirlenmeyip toplumsal olarak inşa edildiği üzerinde duran özcülük karşıtı yaklaşım, post-yapısalcı kuramlardan yararlanmaktadır.

Feminist kuramlarda kimlik, farklılık ve öznellik konuları tartışılırken, feminist kuramlardaki kimlik ve öznellik konularının epistemoloji, feminist bilgi ve kadınların deneyimi arasındaki ilişkiyle olan bağlantı önem kazanmaktadır. Günümüzde feminist epistemoloji ve metodoloji tartışmaları postyapısalcı kuramların etkisi altındadır. Derrida, Lacan, Foucault, Deleuze, Irigaray ve Kristeva'nın çalışmalarına dayanan bu kuramlar Chris Weedon tarafından Post-yapısalcılık başlığı altında bir araya getirilmiştir. "Post-yapısalcı kuramlar, hümanistlerin bilinçli, bilgili, bütünlüklü ve akılcı özne" (Schroeder, 2007: 70) kavramını reddetmekte, "öz benlik ya da öz kimliğin" varlığını, olabilirliğini sorgulamaktadır. Bu yaklaşım öznenin ve kimliğin öze ait olmadığını, toplumsal olarak inşa edildiğini öne sürmektedir. (Schroeder, 2007: 70).

Feminist post-yapısalcıların öznenin yaklaşımı özcü tartışmalara karşı çıkış niteliğindedir. Feminist post-yapısalcıların bu yaklaşımı, kadın ve erkek gibi kategorilerin doğa tarafından belirlenmeyip, kültürel ve toplumsal olarak inşa edildiğini, kültürden kültüre farklılık gösterdiğinin altını çizmektedir.

Connell, (1998: 117) cinsiyet rolleri ile ilişkili metinlerin her zaman "cinsiyet kalıplı süslenme" hakkında -makyaj, kıyafetler ya da saç biçimi- bilindik bir tema işlediğinden söz eder. Böylece kadın ve erkek arasındaki doğal farklılık toplumsal olarak işaretlendiğine dikkat çeker. Her zaman "Genç kızlar süslü elbiselerin içine, genç erkekler de koşu şortlarının içine" (Connell, 1998: 117) yerleştirilmektedir. Bu durumda Connell'in sorduğu soru, eğer kadın ve erkek arasındaki farklılık doğalsa, yani biyolojik ve genetik ise, böylesine yoğun bir biçimde işaretlenmesine neden gerek duyulmaktadır? Connell, bu sorunun yanıtını ararken, giyinme, süslenme gibi toplumsal pratiklerin toplumsal cinsiyetin toplumsal tanımını korumaya yönelik

olduğunu, biyolojik temelli bir mantığın toplumsal cinsiyet kategorilerini ayakta tutmaya yetmeyeceğinin altını çizmektedir. (Connell, 1998: 117-119)

Toplumsal cinsiyet konusu ile ilgili olarak diğer bir post-yapısalcı yaklaşım olan, “Foucault’nun öznellik, beden, söylem ve güç üzerine çalışmaları” (Schroeder, 2007: 72) bu noktada önemlidir. Foucault’a göre “cisimleşmiş öznellik, çoğul ama genellikle birbiriyle çelişen öznellik biçimlerini üreten söylemlerin etkisi sonucunda oluşur” (Schroeder, 2007: 72). Daha önce de üzerinde durulduğu gibi Foucault güç/iktidar ilişkilerini açıklarken bu ilişkilerin kaynağını devlet olarak gören anlayışa karşı çıkmaktaydı. Çünkü Foucault’a göre devletin kendisi varolan güç/iktidar ilişkileri üzerine kurulmuştur. Foucault, “bilgi ve iktidar/güç ilişkisinin özgülülüğü ve maddiliği üzerinde durmuştur” (İnal, 1996: 63-64).

Foucault, söylemler dizisi dışında cinsiyet diye bir kavramın varlığını kabul etmez. Foucault’un çalışmaları, “ataerkil sistem” ve “baskı”nın yanı sıra “kadın” ve “toplumsal cinsiyet” gibi kategoriler üzerine yapılan feminist araştırmalara da ilham vermiştir. Postmodern feministler, özellikle de Judith Butler, toplumsal cinsiyetin dışında bir cinsiyet kavramı olmadığını, yalnızca toplumsal cinsiyet olduğunu öne sürerek, benzer argümanlar geliştirdi. Butler, ‘kadın’ kategorisini feminist kuramcılar için temel bir sorun olarak belirler. Kadın olmak farklı kültürlerde farklı anlamlara gelir, dolayısıyla kadın özcü yaklaşımla tanımlanabilecek bir kategori değildir. Bunun yanı sıra kadınların sadece birbirlerinden farklı olmadığı, aynı zamanda kimliklerinin de parçalanmış olduğu öne sürülür (Schroeder, 2007: 72).

Kimliğin parçalanmışlığı konusunda Agacinski, (1998:16) toplumsal cinsiyet ayrımlarının bireyin bölünmüşlüğüne vurguladığını, böylece kişinin kendisinin diğer cinse göre “öteki” haline geldiğini belirtmektedir.

Oğlanın ve kızın konumları kaçınılmaz biçimde, bir toplumun onlara ayırdığı gelecekle belirlenmiştir kesinlikle. Ama bu geleceğin kendisi, toplumsal olarak hiçlikten hareket edilerek oluşturulamaz: Doğa da kendi açısından oğlanları ve kızları, ergenlik çağında oldukça şaşırtıcı bir biçimde erkek ya da kadın varlıklara dönüştürür. Toplumsal yapılar mutlak keyfi ve bağımsız bir biçimde oluşmazlar (Agacinski, 1998:25).

Connell'ın (1998: 225) da vurguladığı gibi aslında toplumsal cinsiyet kavramından söz ederken karşımıza çıkan en yaygın anlayış, kadınların ve erkeklerin farklı özelliklere sahip olduklarının varsayılmasıdır. “Kadınlar ve erkekler, yaradılışları, karakterleri, dış görünüşleri, düşünüş biçimleri, yetenekleri ve hatta tüm kişilik yapıları açısından birbirlerinden farklıdır” Yani erkekleri karakterize eden kişilik özellikleri kümesi ve kadınları karakterize eden kişilik özellikleri kümesi vardır.

Kadınlara ve erkeklere yönelik bu kişilik özellikleri kümesinin örneklerini hemen hemen her alanda görmek mümkündür. Çalışmanın konusunun medyada toplumsal cinsiyet temsili olması nedeniyle, yazılı veya görsel basından örnek verilebilir. Özellikle görsel basında karşımıza çıkan reklamlarda erkeğin güç, başarı, otorite temsili; kadının ise eş, anne, ev hanımı rollerine uygun biçimdeki temsili bu durumu örneklendirmektedir. Ya da erkeğin ev işlerinde ve çocuk bakımında başarısız ve yeteneksiz olduğu türünden varsayımların örneklerinin de sık kullanıldığı söylenebilir. Bu tür ön kabullerin altında yatan temel etken ise kadınlığın ve erkekliğin biyolojik ve genetik bir olgu olduğuna dair varsayımlardır.

Ancak kadınlar ve erkekler arasındaki farklılıkların neler olduğuna dair yapılan pek çok cinsiyet farklılığı araştırması bulunmaktadır. Connell'ın (1998: 228) da vurguladığı gibi Eleanor Maccoby ve Carol Jacklin, 1970'lerin ortalarında bu tarz araştırmaların derlemesini yapmışlardır. Yaklaşık “80 yıllık araştırmaların esas bulgusu kadınlar ve erkekler arasında ciddi bir psikolojik benzerlik olduğu” yönündedir. Kesin sınırlarla birbirinden ayrılmış farklılıklar çok azdır ve belirli konularla sınırlıdır. (Connell, 1998: 227-229) Bu araştırma sonuçlarına dayanarak,

toplumsal cinsiyetin biyolojik ve genetik bir temeli olduğu varsayımına karşı çıkmak mümkün görünmektedir.

Kadın ve erkek arasındaki farklılığın toplumsal olarak inşa edildiğini vurgulayan Agacinski, (1998: 44) özcü karşıtı bir tutum sergilemektedir. “Her cins ‘sakat’ tır, her cins, öteki cins olmamaktan kaynaklanan hadımlık karmaşası yaşar” Agacinski’ye göre aslında insanda temel bir eksiklik mevcuttur, ancak bu cinslerin her birinin herhangi bir özelliğinin eksikliği değil sadece kadın ya da erkek olmaktan kaynaklanan bir eksikliktir.

Agacinski (1998: 55) kadın ve erkek arasındaki farkın, erkeğin normal, doğal olarak “özgür ve etken”; kadının ise doğası gereği “anneliğe ve edilgenliğe” mahkum olmasıyla, daha başlangıçta oluşturulduğunu vurgulayarak, bu noktanın “Kadın doğulmaz, kadın olunur” yargısının arka planını meydana getirdiğini belirtmektedir.

Bu yargıya göre kadın tarihsel koşulları dolayısıyla yabancılaşmıştır, ama gene bu yargıya göre, doğası gereği yabancılaşmış doğmamıştır. Toplumun kendisi için uygun gördüğü koşullarda yabancılaşmış olur. Bu durumda ‘kadın’ sözcüğü bile doğal bir cinsel kimliği değil, bir kültüre özgü ölçütlerle ve zorlamalarla tanımlanmış bir cinsi (genre) belirtir. ‘Olunan’ kadın, burada, toplum tarafından özgürlükten mahrum edilmiş bireydir (Agacinski, 1998: 55-56).

Daha önce de bahsedildiği gibi özcü karşıtı yaklaşım, post-yapısalcı kuramlardan beslenerek, kadınlığın ve erkekliğin doğa tarafından belirlenmeyip toplumsal olarak inşa edildiğini savunmaktadır. Özcü karşıtı yaklaşımın kadın sorununa bakışı diğer bazı feministler tarafından eleştirilmiştir.

Özcü-karşıtı feminizmin “farklılık dışında hiçbir şeyi gözü görmeyen postyapısalcılığa” ( Stabile, 1995: 4, aktaran Schroeder, 2007: 74) doğru gittiği iddia edilmiştir. Carol A. Stabile’nin bu iddiası Schroeder’in (2007: 74) de vurguladığı gibi şunu önermektedir; Postyapısalcı argümana göre “gerçek” artık herhangi somut,

nesnel bir gerçekliğe karşılık gelmemekte, feminizmdeki yeni eğilimler “kadın” kategorisini “söylemsel” bir oluşuma indirgemektedir. Stabile’e göre özcü-karşıtı feminizm o kadar parçalanmış ve değişkendir ki, politik bir projeye nasıl temel oluşturabileceğini görmek zordur. Ayşe Düzkan da Türkiye’deki feminist gruplar arasındaki parçalanmaya dikkat çekmektedir. “Kadın kimlikleri (İslamcı, Kemalist, Kürt, Radikal gibi) parçalandıkça, farklı feminist gruplar birlikte eyleme geçebilecekleri ortak bir gündem olmadığına inanmaya başladı” (Düzkan, 1999: 23, aktaran Schroeder, 2007: 75) Düzkan, bu nedenle her bir grubun kendi gündemini korumaya çalıştığını ve kendisini diğerlerine karşı konumlandırma ihtiyacı hissettiğinin altını çizmektedir.

Zoonen, (2002: 495) “Toplumsal cinsiyetin süregiden toplumsal inşasında medya hangi rolü oynar?” sorusunu yanıtlamaya çalışırken “medyanın ekonomik yapılar içindeki konumuna”, “özelliklerine”, “belli program türlerine”, “seslendiği izleyicilere” ve “izleyicilerin günlük yaşamlarında işgal ettiği yere” vurgu yapar. Ancak medyanın “anlam üzerine girilen mücadelenin yürütüldüğü merkezi konumlar” arasında yer aldığının da altını çizer. Bu konuya medyada kadının temsili başlıklı bölümde ayrıntılı olarak yer verilecektir. Burada önemli olan Zoonen’in feminizm ve kültürel çalışmalar konusu üzerinde durması ve Harding’in toplumsal cinsiyet tanımına yaptığı vurgudur. Harding’e göre toplumsal cinsiyet; “Cinsiyet farklılığının doğal bir sonucu ya da bireylere kültürden kültüre farklı biçimlerde atfedilen basit bir toplumsal değişken değil, içinde insanların düşündükleri ve toplumsal etkinliklerini düzenledikleri analitik bir sınıflama” (Zoonen, 2002: 495) olarak tanımlanmaktadır.

Zoonen'e göre Harding'in toplumsal cinsiyet kavramsallaştırması anlamın verili olmadığı, kültürel ve tarihsel olarak farklılık gösterdiği ve toplumsal mücadele ve müzakerelerin etkisi altında bulunduğu anlamına gelmektedir. Bu mücadele ve müzakerelerin sonuçlarının geniş toplumsal ve kültürel içerimlerinin olduğunu vurgulayan Zoonen, anlam üzerindeki bu mücadelenin "eşitler arasında basit bir çoğulcu 'tartışma' değil, gönderme çerçevelerinin çarpışması" (Zoonen, 2002: 495) olduğunu belirtmektedir. Zoonen, bu gönderme çerçevelerinin çarpışmasını sınırlandıran iki unsura da vurgu yapmaktadır. Bunlardan birincisi, varolan etnik ve ekonomik güç ilişkileridir. İkincisi ise "erkekler özgü olarak nitelenen her şey kadınlara özgü olarak nitelenenlerden daha değerlidir" (Zoonen, 2002: 495) düşüncesidir.

Çalışmanın bu bölümünde temel olarak özcü ve özcülük karşıtı yaklaşımların toplumsal cinsiyet kavramına ilişkin yaklaşımları çerçevesinde toplumsal cinsiyet kavramı tanımlanmaya çalışılmıştır. Özcü ve özcülük karşıtı tartışmaların temelleri ise Batılı feminist söylemin oluşturduğu kadın kimliğine karşı çıkılmasıyla birlikte atılmıştır. Oluşturulan bu kadın kimliğinden kısaca söz etmek gerekirse; Erken dönem ikinci dalga batılı feminist söylem kadınların yaşadığı baskının, kadınları özgürlük mücadelelerinde bir araya getirdiğini varsaymaktaydı. Bu fikir beyaz, orta-sınıf, yüksek tahsilli ve heteroseksüel olmak gibi belirli bir kimlik üzerine inşa edilmişti. Farklılıkların inşa edilen bu kadın kimliği içerisinde yeri yoktu. Çünkü bu farklılıkların ayrımlara neden olacağı, ortak mücadele alanını daraltacağına inanılıyordu. Ancak daha sonra batılı feminist söylemin oluşturduğu bu kadın kimliğinin tüm kadınları temsil edemeyeceği gündeme gelmeye başlamış, başta siyah kadınlar olmak üzere, farklı sınıf, etnisite ve kültürden kadınlar kendilerinin temsil

edilmemesi karşısında tepkilerini dile getirmişlerdir. Süren tartışma ve mücadeleler sonucunda kadınlar arası farklılıklar konusu feminist söylem içerisinde önem kazanmaya ve pek çok alanda inceleme ve araştırma konusu olmaya başlamıştır. Farklılık konusunun gündeme gelmesi, kadınlar arasındaki farklılıkların doğal mı yoksa kültürel mi olduğu tartışmalarını da beraberinde getirmiş, böylece feminist teoride özcü ve özcülük karşıtı tartışmalar başlamıştır. Özcü yaklaşım kadınlığın ve erkekliğin doğa tarafından belirlendiği, yani doğal olduğu, üzerinde durarak, bütün kadınların doğuştan sahip olduğu kadınlık doğasına gönderme yapmaktadır. Özcülük karşıtı tutum ise, kadınlığın ve erkekliğin doğa tarafından belirlenmeyip toplumsal olarak inşa edildiğini, yani kültürel olduğunu savunmaktadır. (Schroeder, 2007; Connell, 1998)

Tüm bu tartışmalar ışığında, kadınlık ve erkekliğin kültürel olduğu yani toplumsal olarak inşa edildiği görüşünün bu çalışmanın çerçevesini oluşturduğunu belirtmek gerekmektedir. Farklılıkların toplumsal inşası kadın ve erkeğin belirli rol kalıplarına mahkûm edilmesi gerçeğini doğurmaktadır.

### **1. 2. 2 Farklı Feminizmler ve Toplumsal Cinsiyet**

Farklı feminist söylemler kadınlara uygulanan baskılar ve toplumsal cinsiyet konusunda kendi anlayışlarını kavramsallaştırmışlardır. Liberal, radikal, sosyalist ve İslami feminizmin bu konuyla ilgili yaklaşımları toplumsal cinsiyet kavramından söz ederken üzerinde durulması gereken önemli noktalardan biridir. Daha önce de bahsedildiği gibi bu çalışma kapsamında ele alınacak olan Turuncu isimli aylık kadın dergisinin İslami feminist çizgide yer aldığı ön kabulünden yola çıkılarak İslami feminizmden de ayrıntılı bir şekilde söz edilecektir. Ancak Liberal, radikal, sosyalist

ve İslami feminizmden söz etmeden önce feminizm kavramından da kısaca söz etmek gerekmektedir.

Feminizm kavramı, 1960'lı yıllarda kadınların özgürleşmesi hareketinden bu yana pek çok dönüşüm geçirmiştir. Ancak son otuz yılda yaşanan değişimlerin günümüzde feminizm kavramının oluşumunda büyük etkisi olduğunu söylemek mümkündür. İlk olarak, “kavramsal düzeyde feminizm, daha genç nesli de içine alacak şekilde büyük ölçüde genişledi” (Schroeder, 2007: 13). İkinci olarak, feminizme içeriden gelen eleştiriler ve kadınlar arası farklılık konusunun önem kazanmasıyla beraber feminist hareket kendi içinde değişime uğramıştır. Üçüncü olarak ise, feminizmin içinde şekillendiği, olduğu toplumlar da dönüşüm süreçlerinden geçmiştir. Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğunda feminizm kavramının da karmaşık bir terim haline geldiğini söylemek mümkündür. Feminizmin değişik tanımlarına ve herhangi bir kültürün içinde, ya da kültürler arasında ortaya çıkan farklı uygulamalara rağmen, feminizm, belli sosyal çevrelerde kadınları tanımlamanın ve baskı altında tutmanın belli biçimlerine yönelik eleştirileri dile getirir. (Schroeder, 2007:14).

Daha önce de üzerinde durulduğu gibi “feminizmi temizce ayrılmış üç ideolojik akım içinde sınıflandırmak, feminist düşüncedeki mevcut parçalanma ile kesinlikle uyuşmamaktadır” (Zoonen, 2002: 472). Çünkü feminizm yalnızca liberal, radikal ve sosyalist feminizm olarak sınıflandırılmayacak kadar çok boyutlu ve karmaşık bir yapıya sahiptir. Ancak üzerinde durulan “bu sınıflamalar halen çoğu feminist tanımlamanın ve çözümlemenin temelini oluşturmaktadır” (Zoonen, 2002: 473)

### 1.2.2.1. Liberal Feminizm

Steeves'in (1994: 114) de vurguladığı gibi, liberal teorinin “rasyonel zihinsel gelişimin en yüksek insan ideali olduğunu ve devletin bu amacı ve bununla ilintili amaçları izleme konusunda herkese eşit fırsatlar yaratılmasını güvence altına alacak şekilde edimde bulunması gerektiğini” söylemek mümkündür. Bu nedenle liberal feministlerin çoğu kadınların entelektüel gelişimini ve mesleki başarı fırsatlarını geliştirecek yasalar oluşturmaya ya da varolanları değiştirmeye çabalar. Erken dönem liberalleri kadınların eşit oy ve mülkiyet hakkı için çalışmışlardı. Günümüzde ise liberaller, eşit ücret ve istihdam sorunu gibi konular için çalışmaktadır. (Steeves, 1994: 114).

Liberal feminist söyleme göre, özgürlük ve eşitlik konusu ile ilgili liberal ilkeler kadınlar için de uygulanmalıdır. “ ‘Eşit Haklar’ ya da ‘reformcu’ feminizm, siyasal tercümesini yasaları değiştirme çabalarında, eşit fırsatlar için yapılan eylem programlarında ve kadınları geleneksel olmayan roller ve mesleklere yönlendiren ve iktidarı ele geçirmek üzere eril niteliklerini geliştirmelerini isteyen teşviklerde bulan ilkelerin diğer etiketleridir” (Zoonen, 2002: 473). Ancak böyle bir rol değişiminin erkekler için güçlü biçimde savunulduğunu söylemek mümkün değildir.

Liberal feminist medya çözümlemesinin merkezinde dış görünüş, yetenekler ve ilgiler, cinsiyete uygun davranış kalıpları yer almaktadır. Yapılan pek çok nicel içerik çözümlemesi medyada kadınların çok az görüldüğünü göstermiştir. Bu konuya medyada kadının temsili başlıklı bölümde ayrıntılı olarak yer verilecektir ancak burada üzerinde durulması gereken liberal feminizmin bu konuya ilişkin olarak sunduğu çözümlerdir. Liberal feminizm bu noktada iki parçalı bir çözüm önerisinde bulunur. Kadınların toplumda eşit konumlar elde edebilmek için

erkeklerin egemenliğindeki alanlara girmesi gerektiği ve güçlenmeleri savunulur. Böylece, kitle iletişim araçlarının da bu değişimi belli bir noktadan sonra yansıtmaya başlayacağına inanılır.

Kısaca liberal feminizm, “toplumsal cinsiyet farklılıklarının psikolojik kökenleri” (Steeves, 1994: 114) üzerinde durmamaktadır. Liberal feministler, kadın ve erkek arasındaki eşitsizliğin “rasyonel argüman yoluyla çözümlenebilecek bir irrasyonel önyargı” (Steeves, 1994: 114) olduğuna inanmaktadır. Liberal feministler, kapitalist sistemde fırsat eşitliğinin var olduğuna inanırlar, bu da incelenen her birimi eşit kabul eden geleneksel toplum bilim yöntemlerini kabul etmelerine neden olur. Radikal feministler ise bu metotların “eril önyargılar” (Steeves, 1994: 115) içerdiğini düşünmektedir. Ancak liberal feministler bu söylemin aksine, bu metotların feminist amaçları geliştirmek için henüz etkili bir biçimde kullanılmadığını savunur.

#### **1.2.2.2. Radikal Feminizm**

Zoonen’in (2002: 476) de vurguladığı gibi Radikal feminizmde erkeklerin kadınları tahakküm altına aldığını niteleyen “ataerki” kavramı kadınların toplumsal konumunu açıklamak için kullanılmaktadır. Ataerkinin ortaya çıkış nedeni “erkeklerin, kadınları doğuştan saldırgan bir eğilimle tahakküm altına almaya çalışmaları” (Zoonen, 2002: 476) olarak nitelendirilir. Radikal feministler, kadınlara tecavüz olaylarını teşhir edenlerin ve pornografi, dayak, zina, kadın ticareti gibi sorunları siyasallaştırmışlardır. Radikal feministler kadınların erkeklerle tüm ilişkilerini kesmelerini ve kendi topluluklarını oluşturmalarını savunurlar. Bu sebeple lezbiyenlik gelecekteki siyasal ve cinsel tercih olarak görülmektedir. (Zoonen, 2002: 476)

Steeves'in (1994: 108) de vurguladığı gibi, Radikal feminizm radikal alternatiflerin geliştirilmesiyle ilgilenmektedir ve kökenlerini "Beauvoir'nin erkeği 'Özne' ve kadını 'Öteki' olarak betimleyişinde" bulmaktadır. Pek çok radikal feminist cinsiyetler arası temel farklılıklara ilişkin varsayımlarla paralel şekilde, uzlaşım sal toplum bilimi metodlarının eril önyargılar içerdığını ileri sürer. "Bu feministler, geçerli bilgi ortaya koymak için zorunlu ilişkileri geliştirmenin yolları olarak öznel tipteki yaklaşımlar" (Steeves, 1994: 109) (derin mülakat, katılımcı gözlem, bilinç yükseltme gibi) üzerinde durmaktadırlar. Radikal feministler kadınlar üzerine yapılan araştırmaların, kadınların bu metodları kullanma becerilerinin gelişmiş olmasından dolayı, yalnızca kadınlar tarafından yürütülmesi gerektiğini savunurlar. (Steeves, 1994: 110)

Zoonen (2002: 476-477) medyanın ayrımcı ve cinsiyetçi söylemine karşı eleştirel bir duruş sergiler.

Medya, erkek patronların ve yapımcıların ellerinde olduğu için ataerkil toplumun çıkarları doğrultusunda işleyecektir. Bu konuda radikal feminist bakış açısından yapılan birkaç araştırmaya baktığımızda açıkçası bu gerçeğin daha fazla araştırılmasına gerek olmadığını görürüz. Çalışmaların temel odak noktası pornografi üzerinedir ve oldukça polemik içeren bir dil kullanılır: 'pornografi vardır çünkü erkekler kadınları hor görmektedirler; erkekler kadınları hor görmektedirler çünkü pornografi vardır'. Erkeklerin kadınlara yönelik davranışlarını ve kadınların kendileri hakkındaki algılamalarını medyanın etkileme gücü, radikal feminist medya çözümlemelerinde tartışma dışıdır. Araştırmacılar medyanın herhangi bir konudaki tutumuyla belli bir eylem arasında doğrudan bir bağlantıyı kanıtlayamamış olabilirler, ancak medyadaki çarpıtmanın genel ayrımcılık iklimine ve kadınların horlanmasına katkıdan bulunduğu konusunda şüphe yoktur.

Radikal feminizmin medya stratejilerine gelince, açık ve net bir biçimde kadınların kendi iletişim araçlarını yaratmaları gerektiğini savunurlar. Medyadaki teknolojik gelişmeler, feminist kitapların, dergilerin, televizyon programlarının çoğalmasını mümkün kılmıştır. Feminist düşünceler kamusal alana taşınma imkanı

bulmuştur. Ancak feminist örgütlenme yayın politikaları konusundaki çatışmalar, radikal feminist medyada da kendini göstermiştir. Güç farklılığı, farklı ilgi ve düşüncelerin yalnızca erkeklere özgü olmadığı, kadınlar arasında da var olduğu görülmüştür. Ancak, feminist medya kendi çevresi dışındaki okurları çekmede başarılı olamamıştır. (Zoonen, 2002: 477-478).

Donovan'ın (1997: 268) da üzerinde durduğu gibi, radikal feministler erkek egemenliğinin ve kadınları tahakküm altına almanın toplumdaki baskının temelini oluşturduğunu ve devrimci bir değişimin temelini feminizm olduğunu savunmaktadırlar.

Radikal feminizmin, “kişisel olanın politik olduğu, ataerkillik ya da erkek egemenliğinin –kapitalizmin değil- kadınların baskı altına alınmasının kökeninde yer aldığı, kadınların kendilerini bastırılmış bir sınıf ya da kast olarak görmeleri ve enerjilerini, diğer kadınlarla birlikte, kendilerine baskı uygulayanlara –erkeklere- karşı mücadele eden bir harekete yöneltmeleri gerektiği, erkeklerin ve kadınların temelde farklı oldukları, farklı üsluplara ve kültürlere sahip oldukları ve kadınların tarzının gelecekteki herhangi bir toplumun temelini oluşturması gerektiği” (Donovan, 1997: 268-269) düşünceleri de savunulan diğer tezler arasında yer almaktadır.

Aslında farklı feminist bakış açılarının birbirleriyle karşılaştırılarak anlaşılması daha olası görünmektedir. “Liberal feminizmde kadınlar temelde erkeklerle aynıdır ancak eşit değildirler, radikal feminizmde kadınlar erkeklerden farklıdır ve eşit değildirler” (Zoonen, 2002: 483). Liberal feminizm, kadınların zamanla erkeklerle eşit konuma gelmeleri için çaba gösterir. Radikal feminizm ise, kadınların “farklılıklarını ilan etmelerini ve dişillğin toplumsal düzeyde yeniden değerlendirilmesi için savaşmaları” (Zoonen, 2002: 482- 483) gerektiğini savunur.

Liberal ve radikal feminizmin sunduğu çözüm önerilerinin her ikisinin de sorunlu olduğu görülmektedir. Liberal feminizm, kadınlara evle sınırlı dünyalarını terk etmelerini, iktidarı ele geçirmek için gerekli olan eril özelliklerini geliştirmelerini söylemekle, modern kapitalizmin temelinde yatan iş ahlakının değerlerini örtük biçimde kabul etmektedir. Yani “erillik, geleneksel olarak kadınlarla özdeşleştirilen insani değerler pahasına ulaşılması gereken bir ideal olarak” (Zoonen, 2002: 484) görülmektedir. Kadınların bir anlamda erkeklerin rollerine bürünmelerinin kadınlara eşitliği getirebileceği ancak bu kez de önemli “dişil” değerlerin yitirileceği üzerinde durulmaktadır. Bu nedenle kadınların dişilliklerini terk etmeden kamusal alana çıkmaları gerektiği savunulmaktadır. İşte tam bu noktada bir tutarsızlık karşımıza çıkmaktadır. “erkekler ve kadınların temelde aynılığı, eşitlik taleplerini meşrulaştırmak için kullanılırken, kadınların eşitlik çabalarını engelleyen sonuçları değiştirmek için kendi dişil değerlerine gereksinimleri olduğunu söylemekle farklılık arka kapıdan içeri girmektedir” (Zoonen, 2002: 484).

Zoonen’in (2002: 485) de vurguladığı gibi, kadın ve erkeğin farklılığına ilişkin radikal feminist varsayımlar ve bunların ayrı kadın mekanları ve toplulukları için yaptıkları çağrılar da benzer biçimde sorunludur. Bu varsayımlar, “tarihsel olarak kadınların toplumdaki konumunu sınırlamak için kullanılan biyolojik kaderin zalimliğini yeniden ele alarak, insan farklılıklarının yaratılıştan geldiği biçimindeki açıklamaya geri dönüşü ima ederler”

Kadınlar ya reformu mümkün olmayan ataerkil toplum içindeki yanlış bilinçten acı çekerek ezilmeye devam edecekler, ya da ataerkil toplumsal yapının dışına çıkacaklar, kendilerini özgürleştirecekler ve kendi doğalarına uygun bir yaşama biçimi seçeceklerdir (Zoonen, 2002: 485).

Yani radikal feminist söylemde aynılık-farklılık ikileminin kaçınılmaz sonucu “farklı ancak eşit değil” biçiminde karşımıza çıkmaktadır.

### **1.2.2.3 Sosyalist Feminizm**

Radikal ve liberal feminizmden farklı olarak sosyalist feminizm kadının konumunu yalnızca toplumsal cinsiyet kavramı üzerinde durarak açıklamaya çalışmaz. Kadını sınıfsal ve ekonomik koşullarını da göz önünde bulundurarak değerlendirir. Sosyalist feminizmin üzerinde durduğu temel kavramlar “emeğin yeniden üretimi” ve “evdeki emeğin ekonomik değeri” (Zoonen, 2002: 479) olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyalist feministler kadınların evde yaptıkları işlerin kapitalist sistemin yaşamını sürdürmesinde etkili olduğunu savunur. Çünkü kadınların evde yaptıkları işlere ücret ödenmemektedir, eğer bu işler için ücret ödenmiş olsaydı kapitalizmin kar oranının azalacağına vurgu yaparlar. “Liberal feminizmin, kadınların ücretli işlere yönelmeleri gerektiği biçimindeki vurgusunu sosyalist feminizm de paylaşır. Ancak aynı zamanda, emek pazarının köktenci biçimde yeniden yapılanması gerektiği çağrısını da yapar” (Zoonen, 2002: 479-480). Bu yeniden yapılanmada haftalık çalışma süresi de kadınların ve erkeklerin, çocuklarına ve evlerine zaman ayırabilmeleri için 25 saat olarak tespit edilmiştir.

Sosyalist feministlerin öbür feminist perspektiflerle paylaştıkları noktalar vardır, ama kadınların ikincil statüsüne katkıda bulunan çok katlı etkenlere eğilmede teorik ve siyasal bir denge gözetmeye çalışırlar. Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin temel önemde olduğu konusunda radikal feministlerle anlaşılırken, radikallerin ‘patriyarki’ terimini tarih ve kültür içinde tüm toplumsal cinsiyet baskısını betimleyecek şekilde belirsiz ve aşırı genellekte kullanmalarını eleştirirler. Sosyalist feministlerin çoğu, kadınların, reformu gerçekleştirebilmek için bir iktidar temeli oluşturmada onlara yardımcı olabilecek duygudaş siyasal gruplarla-örneğin, sosyalist sol gruplarla- ittifaka girmeye ihtiyaçları olduğunu savunarak radikal

ayrılıkçılığın gerçekçi bir çözüm olup olmadığı konusunda kuşku bir tutum takınır. (Steeves, 1994:126-127).

Zoonen'in (2002: 481) de belirttiği gibi sosyalist feminizm, “medyada inşa edilen dişilik ideolojileri” üzerinde önemle durmuştur. Sosyalist feminizmin önerdiği çözümler ikili bir strateji çerçevesindedir. Bunlar; ana damar medyada yapılacak bir reform ve ayrı bir feminist medya oluşturma olarak karşımıza çıkmaktadır.

Liberal, radikal ve sosyalist feminizm üzerinde kısaca durduktan sonra bu çalışma kapsamında incelenecek olan Turuncu isimli aylık kadın dergisinin İslami-feminist bir çizgide yer aldığı kabulünden dolayı İslami feminizmin de bu çalışma kapsamında bir diğer ideolojik akım olarak ele alınacağını belirtmek gerekmektedir. Çünkü Turuncu dergisi yalnızca İslam dininin değerleriyle oluşturulan bir kadın kimliği sunan Kadın ve Aile, Kadın Kimliği gibi dergilerden farklı olarak feminist ve muhalif bir takım unsurları da bünyesinde barındırmaktadır. Bu nedenle İslami feminizmden de söz etmek gerekmektedir.

#### **1.2.2.4. İslami Feminizm**

İslamcı hareket içinde kadınlar ve erkekler arasında ortaya çıkan tartışmalar ile İslamiyet'te feminizm konusu gündeme gelmeye başlamıştır. İslamcı hareket içerisindeki bu tartışmalara değinmeden önce, bu tartışmalara gelinceye kadar yaşanan süreci kısaca özetlemek doğru bir çerçeve çizilmesine yardımcı olacaktır.

Göle'nin (2004: 114) de üzerinde durduğu gibi kadının siyasi bir talebin göstergesi olarak çarşaf ile örtünmesi 70'li yıllarla birlikte bütün Müslüman ülkelerde ortaya çıkmıştır. Modernleşme deneyimlerinin sorgulandığı bu süreçte, yükselen İslamcı hareketler ile “modernist seçkinler” arasında kadının hukuki ve

toplumsal konumu ciddi bir siyasi kavga sebebi olmuştur. Kısaca siyasallaşan İslam'da en önemli temsilci rolünü kadın üstlenmiştir.

Paradoksal bir biçimde, İslam siyasallaştıkça kadını ön plana çıkarmakta, modernizm öncesi İslami geleneklere dönüşü simgeleyen kara çarşaf kadının aktif bir biçimde siyasi gösterilere katılmasının da bir simgesi olmaktadır. Bir yandan İslamcı hareketlerin yükselişi kadının geleneksel konumuna geri dönüş anlamını taşımakta, diğer yandan ise geleneksel Müslüman kadın profili, siyasallaşan Müslüman kadının etkisiyle çözülmektedir. Zihinlere yerleşmiş kaderine boyun eğen, pasif, yumuşak başlı, itaatkâr, geleneksel Müslüman kadın imgesi, evinin kapalı kişisel dünyasından çıkarak kolektif kitlesel hareketlere karışan, aktif, talepkar, hatta militan olan İslamcı kadınlar tarafından kırılmaktadır (Göle, 1991:115).

Yani yeni kuşak İslamcı kadınlar, Müslüman kadının evinde oturup, çocuklarına ve kocasına bakmasını öngören geleneksel İslami tanıma karşı çıkarak, üniversite mezunu olmayı ve çalışıp çalışmayacakları konusunda da kendi kararlarını kendileri vermeyi tercih etmişlerdir. (Suman, 2000: 83)

İlyasoğlu'nun (2000: 46) da vurguladığı gibi 80'li yıllarla birlikte büyük kentlerde tesettüre yönelik baskıları protesto eden ve genellikle üniversite öğrencilerinin oluşturduğu bir kadın hareketliliği ortaya çıkmıştır. Yine aynı tarihte bir grup İslamcı kadın “kadın sorununu” Zaman gazetesinde yazdıkları yazılarla ifade etmeye çalışmışlardır. “Bu kadınlar kendilerini ‘bizler, kadınların varolan toplumsal durum ve yapı içerisindeki konumlarından rahatsız olan, bunu ortadan kaldırmak için mücadele eden bir grup Müslüman kadınız” (İlyasoğlu, 2000: 46) cümleleriyle ifade etmişlerdir. O yıllarda medyada “türbanlı feministler” olarak anılan bu kadınlar, kendilerini tanımlarken “kadın” sözcüğünü kullanmayı tercih ederek, genellikle “hanım” sözcüğünü kullanan İslamcı kesimden ayrıldıklarını göstermeye çalışmışlardır. Ayrıca “içinde bulunduğumuz durumu, Müslümanlığımızı, kadınlığımızı sorgularken feminist birikimden yararlanmamız,

yada feministlerle bazı çakışma noktalarımızın olması son derece doğaldır” (İlyasoğlu, 2000: 47) diyerek feminizme sıcak baktıklarını da ifade etmişlerdir.

Bu noktada birbiriyle karşıt görünen geleneksellik ile militanlığın yan yana oluşu, kamuoyunu ciddi derecede rahatsız etmektedir. Büyük şehirlerde ve üniversitelerde İslamcı öğrencilerin çeşitli eylemler yaparak türban yasağının kaldırılmasını talep etmelerinin, bugüne dek elde edilen laiklik kazanımlarına bir saldırı olduğu öne sürülmüştür. Kamuoyunda yaklaşık on yıl boyunca türban yasağı tartışılmış ve kutuplaşmalara varan boyutta İslam ve laiklik arasındaki kavga ve tartışmalar devam etmiştir. Bu süre boyunca yaşanan tartışmalarla birlikte, İslamcı öğrencilerin kimlik kartları için başı açık fotoğraf çektirmek istememeleri, tıp eğitimi alanların kadavra üzerinde çalışmayı reddetmeleri, sanat eğitiminde çıplak modelle çalışmaya karşı çıkılması ve bu tür çalışmaların yapıldığı yerlere saldırıda bulunulması gibi olaylar yaşanmış ve “ilerici-gerici” tartışmaları devam etmiştir. (Göle, 1991:115-117).

Göle’nin (1991: 117) de vurguladığı gibi İslamcı hareketin güç kazanmasıyla birlikte, “İslam dini ile kadının esareti arasındaki ilişki” sorgulanmaya başlanmıştır. İslam dininden yola çıkılarak tesettür, kadının erkeğe itaati, çok eşlilik gibi konular ele alınmış ve tesettür kadının erkeğe boyun eğişinin bir sembolü olarak değerlendirilmiştir. Örtünen öğrenciler ise İslam’ı geleneksel şekilde yaşayan Anadolu ailelerinden gelmekle birlikte, kendileri geleneksel İslam yorumlarını reddederek, eğitim düzeyleri ve bakış açılarıyla ailelerinden ayrılmaktadırlar. Bu öğrenciler “İslam’ın kentli, okumuş ve militan yeni bir çehresini çizmektedirler” (Göle, 1991: 121). Müslüman geleneksellik ile Batı modernizminin eleştirisi arasında

alternatif yaratmaya çabalayan bu İslamcı kadınlar, radikal İslamcı akım içerisinde yer almaktadır. (Göle, 1991: 117-125).

Yukarıda kısaca üzerinde durulan süreçte İslam dininin kadının eğitim almasına engel teşkil etmediği görüşü yaygınlaşmış ve kabul görmüştür. Ancak eğitimden sonra kadının çalışma hayatına katılmasına pek de sıcak bakılmamaktadır. Göle'nin (1991: 133), Kadın ve Aile isimli İslami kadın dergisi yazarının bu konudaki görüşlerine yer vermesi hem bu konuya bakış açısının hem de derginin tutumunun sergilenmesi açısından önemlidir. Derginin yazarı, kadının mutlaka çalışması gerektiği gibi bir düşünceyi kabul etmediğini, kadının asıl görevinin çocuk yetiştirmek olduğunu ifade etmiştir. İlim öğrenmenin farz olduğunu belirten yazar, kadının çocuğunu iyi bir şekilde yetiştirmek için bir şeyler öğrenmesi gerektiğini savunmaktadır. İslami kadın dergilerindeki genel eğilim de bu yöndedir. Kadının geleneksel eş, anne ve ev kadını rolleri ön plana çıkarılmakta, kadının ev dışı çalışmasına pek hoşgörüyle bakılmamaktadır. Hatta batılı kadının çalışarak elde ettiği bireysellik eleştirilmektedir.

Örtünen öğrencilerin, üniversite eğitimi almaları ancak çalışma hayatına sıcak bakmamaları bir çelişki oluşturmaktadır. Bu öğrencilerin, “dine sadakatleri ile mesleklerine duydukları heves” (Göle, 1991: 138) arasındaki çatışma batı modernizmi eleştirisi ya da geleneksellik eleştirisi şeklinde karşımıza çıkmaktadır.

İslam'ın kökenine, özüne dönüldüğünde kadın erkek eşitliğinin var olduğu savunulur. Bu görüşe göre uygulamada ortaya çıkan cinsiyetler arası eşitsiz rol dağılımları ve kadınların ezilmesi, İslam'ın gerektiği gibi tatbik edilmemesinden kaynaklanmaktadır. İslamiyet'in 'özünde' kadınlara ve erkeklere eşit haklar tanındığı, kadının eğitim haklarına sahip olduğu gibi ev içi sorumluluklarının da erkeklerle paylaştırıldığı ileri sürülür. İslami kaynaklardan destek alarak cinsiyetler arası eşitlik fikrinin İslamiyet'e yabancı olmadığı görüşü işlenir (Göle, 1991:137-139).

Kadının tanımlandığı ev içi rollerinin dini bir görev olmadığı ve kadının kamusal hayatta yer alarak, ticaret bile yapabildiği savunulmaktadır.

İslam'da yemek yapmak, ev işleriyle uğraşmak dini bir görev değildir. Yani İslam dininde sen şunları yapacaksın, bey de para kazanacak, eve bakacak diye bir şey yoktur. Bunları kadın sadece sadaka olarak verir. Eğer kadın bu işleri yapıyorsa lütuftur. Bu, erkeğin teşekkür etmesini gerektirecek bir davranıştır. Erkeğin maddi gücü, varlığı yerindeyse kadın her zaman bir yardımcı isteme hakkına sahiptir; hatta çocuğuna sütanne istemek hakkı bile vardır kadının. İslam'a göre kadının her zaman kendi malıyla kendi sermayesiyle ticaret yapma hakkı vardır, erkek buna karışmaz. Kadın kazandığı parayı kendi gereksinimleri ve istekleri doğrultusunda harcar (Göle, 1991:139).

Özetle Göle'nin de vurguladığı gibi “Müslüman geleneksellik ile Batı modernizminin eleştirisi” arasında alternatif yaratmaya çabalayan ve radikal İslamcı akım içerisinde yer alan İslamcı kadınlar, kadın ve erkek arasındaki eşitsiz konumun İslam'dan kaynaklanmadığı ve toplumsal olduğu üzerinde durmuşlardır.

Bu noktada İslam'da cinsel dinamikleri inceleyen Faslı sosyolog Fatima Mernissi'den de kısaca söz etmek gerekmektedir. Mernissi, İslam'daki cinsel dinamiklerin incelenmesinde “etkin kadın cinselliği” tartışmasını başlatmıştır.

Batı kültüründe cinsel eşitsizlik kadının biyolojik anlamda daha aşağı bir konumda görülmesi üzerine temellendirilirken, İslam kadının doğuştan gelen aşağı konumda bulunduğu tezini öne sürmez. Aksine bütün sistem kadınların güçlü ve tehlikeli olduğu üzerinde kurulmuştur. İslam'da kadın cinselliğini yönlendiren tüm kurumlar (çokeşlilik, cinslerin ayrı alanlarda varolması, vd.) kadınların gücünü denetim altında tutan kurumlar olarak görülebilir (İlyasoğlu, 2000: 77-78).

Mernissi, Freud'un Gazzali'nin teorilerini karşılaştırdığı çalışmasında Doğu ve Batı kültürünün farklı cinsellik anlayışlarını karşılaştırmayı hedeflemiştir. Mernissi'ye göre iki kültürün bu farklı cinsellik anlayışlarından biri kadının pasif olduğu modele, diğeri ise kadının aktif olduğu bir modele dayanmaktadır. Mernissi bu çalışmasında “İslam'daki kadın erkek dinamikleri teorisinin kendine özgü niteliğini” ortaya koymaya çalışmaktadır. (Mernissi, 2003: 42)

İlkkaracan'da (2003: 13) “kadınların bedenlerini ya da cinselliklerini baskı altında tutmayı amaçlayan mekanizmalar” üzerinde durmaktadır. İlkkaracan' göre bu mekanizmalar, yasaların ötesinde, kadınların giyim ya da hareket özgürlüğünü kısıtlamak gibi yaygın toplumsal davranışlardan, cinsel organlarını kesmek ya da namus nedeniyle öldürmek gibi şiddet içeren eylemlere kadar uzanmaktadır. Müslüman kadınların maruz kaldığı ve şiddet içeren bu töreler, gittikçe İslam'la ya da Müslümanlıkla özdeşleştirilmeye başlanmıştır. Bu özdeşleştirme yanıltıcı olmakla beraber Müslüman toplumlardaki kadınların bu uygulamalara karşı mücadelelerine de tamamen ters düşmektedir. (İlkkaracan, 2003: 13)

Bu konuyla ilgili tartışmalara ayrıntılı olarak yer verilmeyecektir. Ancak İslam'da kadının cinselliğinin de ayrı bir tartışma konusu olarak gündeme geldiğini ve bu konuda çok farklı görüşlerin olduğunu belirtmek gerekmektedir. İslam'da kadın cinselliği konusu da İslami feminist yazarlar tarafından gündeme getirilmekte ve tartışılmaktadır.

Ülkemizde 1990'lı yıllara gelindiğinde eğitim kurumlarından mezun olup, meslekleriyle belirli bir özerklik elde eden İslamcı kadınlar, kadının Türk toplumundaki ve İslamcı hareketteki konumunu sorgulayıcı bir söylemi dile getirmişlerdir. İslamcı kadının ev içi ve ev dışı rollerini tartışarak kimliklerini yeniden tanımlamaya ve geleneksel kuralları sorgulayarak kendilerine hem kamusal alanda hem de özel alanda yeni bir yer edinmeye çalışmışlardır (Çayır, 2000: 41).

Bu noktada, eğitim alan kadınların çalışma hayatına katılımıyla ilgili iki farklı görüş ortaya çıkmıştır. İlk görüş, kadının asıl görevinin annelik olduğunu, dolayısıyla eğitimin yalnızca çalışmak amacıyla değil, çocukları daha iyi yetiştirebilmek

amacıyla yapılacağını savunmaktadır. İkinci görüş ise, kadının aldığı eğitimi İslam'ı yaymak amacıyla kullanması gerektiğini savunmaktadır.

Üniversite eğitimi Müslüman kadının kendini ispatlama çabasında önemli bir unsurdur. Bu noktada kadının mesleki kimlik özlemi de yaşanan çatışmaların su yüzüne çıkmasıyla birlikte gündeme gelmektedir. Eğitim yalnızca çocukların daha iyi yetiştirilmesi ya da İslam'ın daha iyi anlatılabilmesi için bir yol olmaktan çıkmakta, bireysel yaşam stratejilerinin geliştirilmesinde önemli bir unsur olmaktadır. Kadınlar aldıkları eğitimle doktor, eczacı, öğretmen olarak çalışma hayatına atılmak ve Müslüman kadınlara ve çevrelerine yararlı olmak istemektedirler. Müslüman kadınlar kimliklerinin annelik ile sınırlı olmadığını, “mahrem alan”ı terk ederek, kadın ve erkeğin ortak yaşam alanına katılarak göstermişlerdir. Böylece yeni yaşam stratejileri, İslami çevre ile ve erkeklerle çatışmaların başlangıcını da oluşturmuştur. (Göle, 1991:151-154)

İslamcı hareket içinde hesapta olmayan bir biçimde kadınlar ve erkekler arasında ortaya çıkan gerilimlerin ve çelişkilerin niteliğine Zaman gazetesinde yer alan feminizm tartışmaları ışık tutmaktadır. Kültürel İslamcı akımın düşünürlerinden Ali Bulaç, feministleri sert bir biçimde eleştiren bir yazısı sonucunda kendisini İslamcı kadınların yönelttiği sorgulamaların odağında buluverir. İslamcı kadınlar bu makaledeki görüşlere kadın haklarından yana tavır koyarak karşı çıkarlar ve Zaman gazetesinde bir dizi yazı yayımlarlar. Bu tartışma, İslamcı kadınların toplumsal yaşama katılma özelemlerini ve bağımsız kişilik oluşturma mücadelelerini gün ışığına çıkarmaktadır (Göle, 1991: 159).

Göle'nin de vurguladığı gibi (1991: 159) “Feminist Bayanların Kısa Aklı” başlıklı yazısında Ali Bulaç, kadınların feminist hareketin ilk dönemindeki taleplerini makul bulmaktadır. Çünkü kadınlar feminist hareketin ilk döneminde kadının kapitalist düzen tarafından sömürülmesine ve ikinci sınıf vatandaş muamelesi görmesine karşı çıkmaktaydı. Ancak günümüzde, çalışma koşulları ve ücret gibi sorunların çözümlendiğini vurgulayan Bulaç yazısında, modernlikle beraber gelen

yabancılaşma, üretim gibi sorunların tüm insanlığın sorunu olduğunu belirtmektedir. Yaşanan sorunların yalnızca kadınları ilgilendirmediğine inanan Bulaç bu nedenle feminizmin muhalif niteliğini yitirdiğini vurgulamaktadır. Bulaç, feminizmin modernizme hizmet ettiğini ve kadını erkeğe karşı kıskırttığını ve eşcinselliğe hizmet ettiğini düşünmektedir. Bulaç'ın yazısının yayımlanmasından bir süre sonra kadınlar konuyla ilgili tepkilerini dile getirmişlerdir. İslamcı kadınlar batılı feminizmin aşağılandığı ve İslamcı hareketin yüceltildiği bu yazıya cevap niteliğinde yazılarını yine aynı gazetede yayınlayarak rahatsızlıklarını ifade etmişlerdir. Mualla Gülnaz, “Ali Bulaç'ın Düşündürdükleri” başlıklı yazısında ataerkil baskının tüm toplumlarda yaşandığını belirtmiştir.

Patriyarkal baskı, kapitalist ya da sosyalist... baskıların yanında seregelen bir olgudur. Bizim tarihimiz ve kültürümüz de bu baskıdan payını fazlasıyla almıştır... Bu coğrafyada kadının aşağılanmadığı iddiası koca bir yalandır... Bizim tarihimizden ve kültürümüzden dinimizdeki eşitlikçi hükümlerin yaşandığı bir altın çağ kastediliyorsa benim bundan haberim yok (Göle, 1991:158-160).

Bulaç, modernizm ve İslam arasında uzlaşmaz bir paradigma farklılığı, hatta çatışması olduğuna işaret etmekteydi. Bulaç'a göre “Müslüman ve aydın” demek gerekmektedir, yani ya Müslüman ya da aydın olmak arasında bir tercih söz konusu idi. (Göle, 2000a: 13)

Yine Ali Bulaç'ın yazısına tepki olarak yayınlanan Tuba Tuncer'in “Kimin Aklı Kısa” (Göle, 1991: 161) isimli yazısı da feminizmin lezbiyenlik nedeni olarak gösterilmesine karşı çıkmaktadır. Ayrıca yazıda kadınların başörtüsünü erkeklerin savunmasına da karşı çıkmaktadır.

İslamcı kadınlar kendilerinin toplumdan soyutlanarak yalnızca ev içerisindeki rollerle sınırlı bir yaşama mecbur bırakılmalarını eleştirmekte ve kabul etmemektedirler. Bu kadınlar, Müslüman erkeğin İslam aracılığıyla kadına

tavsiyelerde bulunmasının ardında dinin değil, erkeğin çıkarlarının bulunduğunu belirtmektedirler.

Sadece haramları öne sürerek kadınları toplumdan soyutlamaya çalışıyorlar. Mesele Müslüman bir erkek, hanımını okular göndermiyor, çalıştırmıyor, otobüse binsin istemiyor. Hanımlar açısından haramları öne sürüyorlar... Allah'ın emirlerini uygulamama noktasında kalıyorsam, bu, erkek için de söz konusudur... Onun otobüse binmesi de sakıncalıdır (Göle, 1991: 161-163).

Kadınların bu eleştirisi ve sorgulamalarına karşılık olarak aynı gazetede 'doktor' ve 'profesör' unvanlarıyla yayınlanan yazılarda İslamcı erkekler, kadının doğasının farklılığına vurgu yaparak kadına annelik görevini hatırlatmaya çalışmıştır. Erkeğin dışa dönük yapısına karşın kadın, içe dönük ve duygusal bir yapısı olduğunu vurgulayarak kadının ev içi rollerini meşrulaştırmaya çabalamışlardır. Ancak İslamcı kadınlar vurgulanan annelik rolünü de sorgulayarak kadınların birey olarak kimliklerinin tanımlanması gerekliliğine vurgu yaparlar.

Müslüman erkek neden korkuyor bilen, öğrenen kadından? Yalnızca ev işiyle meşgul, dış dünyadan kopuk kadına tahakküm etmek, kendine hayran etmek kolay da ondan. Kadın tahsil görüp kendini aştıkça, eleştirel bir gözle çevresine bakabildikçe erkeği ürkütüyor. Her şeye razı, uysal, 'uyuyan güzel' kadın tipi çok cazip doğrusu. (Göle, 1991: 163-164).

İslamcı kadınlar, kadının geleneksel kadın kimliğinden sıyrılması gerektiği ancak bu sayede toplumsal bir kimlik edinebileceği vurgulanmış ve "olmak istemedikleri kadını" tanımlamışlardır. " 'Kadınsı' meşgaleleri olan bir yığın kadın türbe önlerinde sıraya girmekte, üretkenliklerini yeni kek, pasta formülleri bulmaya, çeşit çeşit masa örtüleri üretmeye adanmakta, kabul günleri ve mevlitlerle vakit geçirmektedir" (Göle, 2004: 167-168).

İslamcı kadınlar örtünme nedeniyle kendilerine sunulan kimliklerden ve geleneksel rollerden sıyrılmaya çalışmaktadır. "Siz onlardan ve iş çıkışı Sakarya'da bir tek atan, gösterişli vitrinlere hayranlıkla bakan insanlardan ve cümlesinden farklı

olabildiğiniz veya farklı olmaya çalıştığınız için büyük bir hazla örtülerinizi okşayıp, biraz dolaşıp, eve dönerdiniz” (Göle, 1991: 168).

Sonuç olarak günümüzde kadınların bedenleri ve cinselliği hala erkeklerin ve erkek egemenliğinin kontrolü altındadır. İlkaracan’ın (2003: 14) ‘da vurguladığı gibi, “kadın cinselliğinin ve doğurganlığının kontrolünü amaçlayan mekanizmalar, çoğu toplumda hala erkek egemen sistemin varlığını sürdürmesinin en güçlü aracı” konumundadır. Bu kontrol, dolaysız baskı ve şiddet yoluyla olduğu kadar, siyasi, ekonomik, toplumsal ve kültürel manipülasyonlardan oluşan karmaşık bir mekanizmayla sağlanmaktadır. Bu çerçevede din, çoğu kez bu manipülasyonun güçlü bir aracı olarak kötüye kullanılmakta ve kadınların insan haklarının ihlallerini “meşrulaştırmak” görevini görmektedir. İslami köktendinci akımlar, bu çabaların kadın ve kadın cinselliği konusunda İslam’ın yeni ve son derece tutucu bir versiyonunu oluşturarak ve İslam’la ilgisi olmayan bazı örf ve adetleri, İslam’a mal ederek yaygınlaştırmaya çalışmaktadırlar. (İlkaracan, 2003: 14)

Feminizm kavramı ve feminizmin ayrılmış olduğu liberal, radikal ve sosyalist feminizm ile yukarıda belirtilen gerekçeler nedeni ile üzerinde durulan İslami feminizm akımlarından söz ettikten sonra çalışmanın konusunun medyada toplumsal cinsiyet temsili olması sebebiyle, toplumsal olarak inşa edilen farklılık ve kimliklerin medyada nasıl temsil edildiğine de yer vermek gerekmektedir. Bu nedenle sonraki başlıklar altında kadının medyada ve kadın dergilerinde nasıl temsil edildiği üzerinde durulmaktadır.

### 1.2.3 Medyada Kadının Temsili

Daha önce de bahsedildiği gibi, kadın ve erkeğin toplumsal olarak inşa edilen rol kalıpları çerçevesinde toplumsal cinsiyete ilişkin belirli tanımlamalar yapılmaktadır. Bu tanımlamaların medya dolayısıyla nasıl yeniden kurulduğu ve belli anlamların nasıl doğallaştırıldığı çalışmanın bu bölümünde ele alınacaktır.

Zoonen'in (2002: 504) de vurguladığı gibi "medya araştırmalarında erkekler ve erkeklik görünmez olmayı başarmıştır, bu erkeklerin, iktidarı ellerinde tutabilmek için başvurdukları bir hiledir." Kadınlar genellikle hayatın tarihin dışındaymış gibi görünen yanını temsil etmekte daha çok aşk ve cinsellik anlamına gelmektedir. Daha doğrusu bu anlama gelecek biçimde temsil edilmektedir. Kadının aşk ve cinsellik anlamına gelmesi demek anlamına gelmediği şeylerin de varolduğunu göstermektedir. Bunlar da genellikle "para, iş, sınıf, ve siyasettir." (Williamson, 1998: 139)

Kadın medyada hangi roller çerçevesinde temsil edilmektedir? sorusuna yanıt ararken bir takım kavramsallaştırmalar yapmak mümkündür. Haber programlarından, dizilere, reklamlardan, kadın programlarına geniş bir alanda kadın genel olarak, anne, eş, cinsel obje, ve şiddet mağduru olarak temsil edilmektedir. Elbette bu kavramsallaştırmalar kadının bunların dışında temsil edildiği roller olmadığı anlamına gelmemektedir. Bu çalışma kapsamında medyada yer alan tüm örneklerin analizine yer vermek mümkün olmamaktadır. Bu nedenle kadının en fazla temsil edildiği roller ele alınmıştır. Ancak çalışmanın ilerleyen bölümlerinde farklı temsiliyet biçimlerine kısa da olsa değinilecektir.

Medyada kadının anne ve eş olarak rolü temizlik, yemek ve çocuk bakımı gibi roller sayesinde üretilmektedir. Böylece aile içinde yaşanan sorun, çatışma ve

eşitsiz işbölümü göz ardı edilerek, kadının ezilmesi pahasına, ailenin uyumu ve mutluluğu ön plana çıkarılmaktadır. (Bek, Binark, 2007: 150-151) Kadınların anne ve eş olarak rollerinin üretilmesine katkıda bulunan önemli alanlardan biri de Modleski' nin (1995: 103) de üzerinde durduğu gibi pembe dizilerdir. Modleski pembe dizilerde kadının sorunlarla mücadele edebilen, zeki, aileyi daima bir arada tutabilen ve kendi istek ve arzularından sıyrılmış bir tür “ideal anne” olarak kurulduğunu vurgulamaktadır.

Kadının medyada, özellikle reklam endüstrisinde, tüketim nesnesi haline getirildiğini söylemek mümkündür. Günümüzde bilim ve teknoloji dergilerinin kapaklarında bile mayolu kadın fotoğrafı kullanılmaktadır. Sanat ya da spor alanlarında elde ettikleri başarıları ile gündeme gelmesi gereken kadınların mini etekleri veya dekolte kıyafetleri ile gündeme gelmeleri de söz konusudur. Yani kadın erkeğin bakışının nesnesi haline getirilmektedir ve bu bakış asla masum değildir.

Coward (1993: 78-79) insanların şeylere oldukları gibi masumca, aynı şekilde bakmadığından söz eder. Çünkü bakmak tarafsız bir etkinlik değildir. Bakış büyük ölçüde erkekler tarafından kontrol edilir. Genel olarak toplumda ayrıcalıklı olan erkekler görsel araçların kontrolünü de büyük ölçüde ellerinde tutarlar. Reklam endüstrisi gibi, film ve televizyon endüstrileri de erkeklerin egemenliği altındadır. “Erkekler kadınlara estetik çekicilikleri nedeniyle baktıklarını savunmaktadırlar. Ancak kadınların bu sözde estetik değeri, kadın bedeninin uzaktan görünüşü hakkında kararlaştırılmış bir tercihten başka bir şey değildir” (Coward, 1993: 80).

Büker ve Kıran'ın (2000: 288) da üzerinde durduğu gibi kadının seyirlik nesne haline getirilişi kadının kendisiyle olan ilişkisinde de belirleyici bir rol oynamaktadır.

Kadın olarak doğmak, erkeklerin düşün yapısı, anlayışı, üstünlüğü, gücüyle koşullandırılmış bir ortamda doğmak demektir. Burada öz varlığın ikiye bölünmesi pahasına kadın, büyük bir ustalıklarla yaşar. Kadın hiç durmadan kendini seyretmek ve denetlemek zorundadır. Hem erkeklerin, hem kendisinin seyirlik nesnesidir (Büker ve Kıran, 2000: 288).

Yeğenoğlu'nun (1997a:16) da vurguladığı gibi “evrensel konum erkek tarafından işgal edildiğinden ve evrenselliğe kabul de sınırlandırılmış olduğundan kadınların evrenselin alanına girebilmesi ve nimetlerinden yararlanabilmesi ancak ve ancak eril bir tutumu taklit etmeleriyle mümkün olmuştur.” Günümüzde, özellikle haber medyasında çalışan kadınların sayısında artış olmasına rağmen haber içerik ve söyleminin eril bir anlatıya sahip olmasının en önemli nedenlerinden birinin Yeğenoğlu'nun üzerinde durduğu kadınların evrenselin alanına, ancak kadınlıklarını reddederek girebilmeleri olduğu söylenebilir.

Kadının cinsel nesne olarak en fazla sunulduğu alanlardan biri olan reklamlarda ise belirgin bir kişiliği ve özelliği olan kadın yerine, her kadının kendisi için düşleyebileceği zengin, bakımlı, güzel, genç yeni bir kadın tipi yaratılmaktadır. Hatta çoğu zaman bu kadınlar sanatsal biçimde özel fotoğraf teknikleri ile farklı biçimlerde görüntülenmektedir. Böylece kadın “gerçekliğin değil düşlerin öznesi” olarak sunulmuş olmaktadır. (Kıran, 2000: 16)

Türkiye’de Günaydın, Posta, Star gibi bulvar gazeteleri, Şamdan, Hafta Sonu gibi “sosyete yayınları” ile ortaya çıkan, Fanatik, Asabi gibi spor gazeteleriyle devam eden, ana akım gazetelerine “üçüncü sayfa güzelleri” olarak taşınan ve 1990’lı yıllarda özel televizyon kanalları ile ekranlara da taşınarak yaygınlaşan paparazzi veya sansasyonel habercilik anlayışı ise kadın bedeninin sömürülmesinin en uç örneğidir (Bek, Binark: 153-155).

Son yıllarda özel televizyonlarda yaygınlaşan “kadın programı” adı verilen ancak kadına yönelik erkek egemen bakışın yeniden üretildiği programlarda da kadın genellikle şiddet mağduru, “çaresiz” “zavallı” biçiminde sunulmaktadır. Bu da kadına yönelik sembolik şiddetin üretimine katkıda bulunmaktadır.

Aksop, “Reality Show’larda Kadına Yönelik Şiddet ve Kadın İmgesi” başlıklı araştırmasında Reality Show’larda belirli bir kadın imgesinin şiddet dolayımı sayesinde yeniden üretildiğini ve şiddetin kurbanlarının genellikle kadınlar olduğunu vurgulamaktadır. Aksop, bu metinlerin “belirli, kalıplaşmış kadın imgesini” yeniden kurarak, kadına yönelik şiddetin üreticileri olduğunu belirtmektedir. (Aksop, 2000: 122)

Alankuş ve İnal’ın (2000: 70-71) “Güldürü Programlarında Kadının Temsili ve Kadına Yönelik Şiddet” konulu araştırmalarında ise, güldürü programlarında yer alan şiddetin izleyiciler tarafından şiddet olarak algılanmadığı ve bir tür yabancılaşmaya neden olduğu üzerinde durulmuştur. Bunun nedeni ise medyada yer alan şiddetin sevimli tipler tarafından gerçekleştirilmesi ve bu sayede şiddet davranışına ilişkin engellemeleri ortadan kaldırmasıdır.

Görüldüğü gibi program ve yayın türleri değişmekte ancak kadına yönelik cinsiyetçi bakış ve söylem değişmemektedir. Behçetoğulları, (2000: 279) Türkiye’nin iki müzik televizyonunu “Kral TV” ve “Genç TV” incelediği araştırmasında “kadın bedeninin müzik videolarında teşhir boyutunda sergilendiği ve cinsel nesne olarak sunulduğu” tespitinde bulunmuştur. Behçetoğulları’na göre, müzik videolarında, erkek bedeni sergilenmemekle birlikte, erkek, kadın davranışının kurbanı gibi gösterilmektedir. Kadın yaşanan tüm olumsuzlukların nedeni gibi gösterilirken, erkek kadına acı yaşattığı zamanlarda bile çaresiz bir biçimde sergilenmekte ve erkek, davranışlarının sorumlusu olarak gösterilmemektedir.

Kadınların haber medyasında temsili de farklı değildir. Rakow ve Kranich’in (2002: 516) de vurguladığı gibi kadınlar haber medyasında temsil edilirken, ya yok sayılmakta ya da belirli biçimlerde temsil edilmektedirler. Kadınların görsel

medyada yer alan haberlerde gazeteci ve haber kaynağı olarak temsilinde de ciddi yetersizlikler bulunmaktadır. “Kadınların haberlerde ele alınışlarında herhangi bir iyileşme olabilmesi için basit bir şekilde kadınların gazeteci olarak sayılarının artması ya da haberlerde daha çok yer almalarından öte, bir anlatı türü olarak haberde köklü değişikliklere gereksinim vardır” (Rakow ve Kranich, 2002: 517).

Rakow ve Kranich haberlerde kadınların hangi roller içinde kaynak olarak gösterildiklerini tespit etmek amacıyla yaptıkları araştırmada 1203 haberi incelemişlerdir. İnceleme sonucunda “kadınlar haber metni içerisinde kategorik bir ‘işaret’ olarak ele alınmaktalar ve çoğu zaman metnin söylemini desteklemek amacıyla kullanılmaktadır” (İnal, 1996: 133) sonucuna ulaşmışlardır. Kadınların haberlerde “kamu olaylarının sonuçlarından etkilenen” ya da “kamu politikalarından yararlanan” kişiler olarak temsil edildiğini, haberlerde az sayıda da olsa temsil edilen “feministler”in ise “beyaz”, “bakımlı”, “eğitimli” kadınlar olduğunu tespit etmişlerdir. (İnal, 1996: 133)

Daha önce de üzerinde durulduğu gibi kadının bedensel, erkeğin ise zihinsel olanla özdeşleştirilmesi sonucunda kadının özne olarak kendini tanımlayabileceği bir evrene sahip olmadığı söylenebilir. Çünkü Yeğenoğlu’nun (1997b: 193) da vurguladığı gibi, “özne olmanın, yani dil içinde bir konuşma konumu edinebilmenin koşulları zihinle özdeşleştirilen erkeğin hakimiyeti altında kaldığından, kadının patriarkal prensiplere göre kurulmuş bu dil içinde kendini ‘ben’ olarak yani bir özne olarak konumlayabilmesine olanak yoktur.” Kadın kendi farklılığını eklemleyebileceği bir dile veya evrene sahip değildir. Kadının erkek egemen dil içinde bir konum elde edebilmesinin koşulu farklılıklarını ve kadınlığını inkar etmesidir. (Yeğenoğlu, 1997b: 193)

Zoonen'in (2002: 473) de belirttiği gibi kadınlar medyada eş, anne, kız arkadaş rollerinde ya da geleneksel kadın meslekleri olan sekreter, hemşire gibi yardımcı işlerde çalışırken, veya cinsel nesne olarak temsil edilmektedirler. "Medyanın cinsiyet rolleriyle ilgili stereotipleri sürekli kullanmasının, bu stereotiplerin egemen toplumsal değerleri yansıtmışından ve erkek medya yapımcılarının da bu stereotiplerden etkilenmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir" (Zoonen, 2002: 474). Bu noktada kısaca üzerinde durulması gereken bir husus da liberal feminist bakışın sunduğu iki parçalı çözüm önerisidir. Daha önce üzerinde durulduğu gibi, liberal feminizm, kadınların toplumda eşit konumlar elde edebilmesi için erkeklerin egemenliğindeki alanlara girip güçlenmesi gerektiğini, kitle iletişim araçlarının da bu değişimi belli bir noktadan sonra yansıtmaya başlayacağını iddia etmektedir. Bu noktada medyanın kadını ve erkeği geleneksel olmayan rollerde göstermesi ve cinsiyetçi bir dil kullanmaktan vazgeçmesi gerektiği üzerinde durulmaktadır. Ancak liberal medya stratejilerinin bu çözüm önerileri istenmeyen birtakım sonuçlar doğurmuştur. Özellikle kadınların geleneksel rol kalıpları dışında temsil edilmesine yapılan vurgu yeni bir stereotip olan "Süperkadın" ı yaratmıştır. Medyada kadın bağımsız, kendinden emin bir iş kadını ama aynı zamanda da başarılı ve iyi bir eş ve anne olarak temsil edilmeye başlanmıştır. Bu kadın hala güzel, çekici ve formda, iyi bir anne, eş ve başarılı bir iş kadınıdır. Yaratılan bu "Süperkadın" a uygun bir yaşam sürdürmeye çalışan gerçek kadınlar ise mutsuz olmakta ve ciddi problemler yaşamaktadır.

Özet olarak bu bölümde medyada kadının nasıl temsil edildiği farklı program ve yayın türlerinden verilen örnekler çerçevesinde ele alınmıştır. Kadın medyada genel olarak anne, eş, cinsel obje ve şiddet mağduru gibi rollerle temsil edilmekte,

kadınlıkla ilgili başat tanımlamalar yeniden üretilmektedir. Kadının iyi bir eş, başarılı bir anne ve iyi bir ev hanımı olması beklenmektedir. Bu temsil kalıpları dışında yer alan mesleğinde başarılı, idealist kadınlar ise marjinal ya da “kötü kadın” olarak medyada temsil edilmekte, “namuslu kadın” “kötü kadın” ayrımı yapılmaktadır. Kendini kocasına ve çocuklarına adayan, yemeğini pişiren, evini temizleyen kadın “namuslu kadın” “iyi kadın”, kariyerine önem veren, özgür, bağımsız kadın ise “kötü kadın” olarak temsil edilmektedir. Çünkü, kadın mesleğinde başarılı olsa dahi eş ve anne olarak görevlerini yerine getirmekle yükümlüdür. Ya da kadın iş yaşamında kendisine uygun olan işlerde (öğretmen, sekreter, banka memuru..gibi) çalışmalı böylece ailesine ve kocasına daha fazla zaman ayırabilmelidir.

Kadının cinsel nesne olarak sunumuna ise medyada her alanda rastlamak mümkündür. Özellikle reklamlarda kadın bedeni sıklıkla kullanılmakta ve kadın erkeğin bakışının nesnesi haline getirilmektedir. Kadınların şiddet eylemlerinin hedefi olarak, haber bültenlerinde ve çeşitli program türlerinde temsil edildiğini söylemek mümkündür. Medyada, genellikle kadınların şiddete maruz kalma nedenlerini meşrulaştırma ve haklılaştırma çabası vardır. Ayrıca kadınlara yönelik şiddetin haberlerde yer alma biçimi, izleyiciyi şiddetin nedenleri üzerine düşünmekten alıkoymaktadır.

Kadınların medyada yukarıda üzerinde durulan temsiller çerçevesinde ele alındığı en önemli alanlardan biri kadın dergileridir. Bu çalışmada ise medyada toplumsal cinsiyet temsilinin Turuncu isimli aylık kadın dergisi incelenerek ele alınacak olmasından dolayı ilk olarak kadın dergilerine ve kadın dergilerinin sergiledikleri genel eğilime değinmek gerekmektedir.

#### 1.2.4. Türkiye’de Kadın Dergileri Ve Sergiledikleri Genel Eğilim

Kadın dergileri, birer ticari ürün olarak büyük medya endüstrisinin bir parçasını oluşturmaktadır. Kadın dergilerinde “kadınlık” ve “kadın dünyası” yeniden tanımlanır, kadın kimlikleri tartışılır. Kadın dergileri “toplumsal cinsiyet farklılığını biçimlendiren ideolojik sistemin olduğu kadar ekonomik sistemin de bir parçasıdır” (Schroeder, 2007: 121).

Türkiye’de 1980’li yıllarda liberal politikaların yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte kadınlar da tüketici kitleler olarak önem kazanmaya başlamış, kadın dergisi sayısı da hızlı bir artış göstermiştir. Aydoğan’ın ( 2004: 106) da vurguladığı gibi, “1980 ile 1990 yılları arasında 44 dergi yayın hayatına başlamıştır.” Kadın dergileri sayısının en yüksek noktaya ulaştığı bu yıllarda dergilerin içeriğine bakıldığında ise genel olarak güzellik, cilt bakımı çalışma hayatı, cinsellik, duygusal yaşam .... v.b. konuların üzerinde durulduğunu söylemek mümkündür. Özellikle popüler olarak nitelendirebileceğimiz, cinsellik ve güzellik konuları üzerine kurulu kadın dergilerinde kadınlara buyurgan bir ifade ile güzel ve çekici görünme tavsiyeleri verilmekte ve bu dergilerde kadın, erkek bakışının nesnesi olarak temsil edilmektedir. (Aydoğan, 2004: 106)

Günümüzde kadın dergilerinin içeriğine ve kadın dergilerinde toplumsal cinsiyetin nasıl ele alındığına ayrıntılı olarak değinmeden önce Türkiye’de kadın dergilerinin gelişiminden de kısaca söz etmek gerekmektedir.

Osmanlı İmparatorluğu’nda 19. yüzyıl sonunda yaşanan batılılaşma süreci Osmanlı kadınlarının da toplumdaki konumlarını sorgulamalarına yol açmıştır. Kadın hakları konusu gündeme gelmeye ve kamusal alandaki tartışmalarda merkezi bir konum işgal etmeye başlamıştır. Bu dönemde, Osmanlı kadınları çeşitli dergi ve

gazeteler aracılığıyla kendilerini ifade etmeye çalışmışlardır. 19. yüzyılın sonlarında yayınlanan Hanımlara Mahsus Gazete de kadınların seslerini duyurmaya uğraştıkları önemli yayınlardan biridir. 1895-1908 yılları arasında yayınlanan en uzun ömürlü dergi olan Hanımlara Mahsus Gazete, ilk kez kadınların kendileri tarafından ve yine kadınlar için bilgi ürettikleri bir forum niteliği taşımaktaydı. (Schroeder, 2007: 137-138). Ali Raşit ve Filip Efendi'nin çıkardığı “Terakki” dergisi de kadın sorunlarına önem vermiştir. Terakki'nin kadın sayısı 1 yıl kadar yayınlandıktan sonra 1869'da “Kevkebi Şarki” (doğu yıldızı) adı ile çıkmaya başlamıştır. Günlük gazetelerin çıkardığı özel kadın sayılarından sonra ilk kadın gazetesi “Şüküfezar”dır. Bütün yazarları kadın olan gazete 1885 yılında “Arife Hanım” tarafından çıkarılmıştır. Aile (1880), “İnsaniyet” (1882), “Mürüvvet” (1888), “Ayine”, “Parça Bohçası” isimli yayınların kadın konularına eğildiği görülmekle birlikte en önemli yayın “Hanımlara Mahsus Gazete”dir. (Topuz, 2003: 401-402)

20. yüzyıl başlarında ise, “Demet” (1908, Celal Sahir); “Muhasin” (1908, Mehmet Rauf); “Kadın” (1908, Süleyman Bahri); “Hanımlar Alemi” (1908); “Kadın” (1908, Selanik); “Kadınlar Dünyası” (1912, Ulviye Mevlan Hanım) isimle dergilerin yayınlandığı görülmektedir. 20. yüzyılda Batı'daki feminist ideoloji'nin İstanbul gibi büyük şehirlerdeki kadınlar tarafından fark edilmesiyle, feminist ideoloji etkisini hissettirmeye başlamıştır. 1913'de “Kadınlar Dünyası” isimli derginin yayınlanmasıyla birlikte yurtdışındaki kadınlarla işbirliği yapılabilmiş ve dergide erkekler yerine kadınların çalıştırılması bir ilke olarak benimsenmiştir. Dergi Birinci Dünya Savaşı esnasında kesintili olarak yayınlanmış, savaştan sonra 1920'ye kadar düzenli olarak yayınlanmıştır. (Topuz, 2003: 402; Schroeder, 2007:138)

Cumhuriyet dönemi ile birlikte kadın dergilerinin sayısında belirgin bir düşüş görülmüştür. 1928 ile 1940 yılları arasında yayınlanan kadın dergisi sayısı 13'tür. Bu azalmanın en önemli nedeni ise, kadınlara verilen birtakım haklar neticesinde, kadınların eşitlik için mücadele etmelerine gerek kalmadığını düşünmesidir. Bu inancın devamı neticesinde de kadın dergilerinin elli yıl boyunca az sayıda ve sınırlı kaldığı görülmektedir. Ancak 1980'lere gelindiğindeyse kadın dergisi endüstrisi diğer dergilerle birlikte büyük bir gelişme göstererek medya holdinglerinin bir parçası oldu. Bu tarihten itibaren kadın dergilerinin kadın kimlikleri ve rolleri temsilinde büyük değişimler görülmüştür. Yemek, nakış, örgü gibi konular üzerinde yoğunlaşan geleneksel kadın dergileri varlığını sürdürürken, şehirde yaşayan kadına hitap eden ve burjuva liberal söyleminin şekillendirdiği kadın dergilerinin sayısı da büyük bir artış göstermiştir. 1980'lerde "Kadın", "Kadınca", "Elele", "Rapsodi", "Marie Claire" ve "Vizyon" gibi dergiler, okurlarını eğitim, iş bulma, sağlık gibi konularda da aydınlatmaktaydı. 1980'lerden sonra yabancı dergi sayısında da hızlı bir artış yaşanmıştır. "Amica", "Options", "Cosmopolitan", "Votre Beaute", "Prima Dona" gibi yeni dergiler şehirde yaşayan, iş sahibi ve genç kadınlara hitap etmekteydi. (Schroeder, 2007: 138-140)

Bunlara ek olarak, kadın dergisi piyasası içerisinde, "İslami" kadın dergileri yer almaktadır. Diğerlerinden farklı olan bu dergiler, İslam dininin değerlerine göre oluşturulan bir kadın kimliğini temsil etmektedir. Bu dergilerin bazıları ise Mektup, Kadın ve Aile, Kadın Kimliği gibi dergilerdir.

### 1.2.5. Kadın Dergilerinde Toplumsal Cinsiyetin Temsili

Kadın dergileri, az bilinen feminist yayınlar da dahil olmak üzere farklı okuyucu kitlelerine seslenen çok geniş bir konu yelpazesine yayılmıştır. Hedef kitlesi ergenlik dönemindeki genç kızlar olan dergiler de içeriği göz önüne alındığında, kadın dergisi okuma alışkanlığına başlangıç olarak değerlendirilebilir ve kadın dergileri kategorisine dahil edilebilir. Farklı okuyucu kitlelerine hitap eden pek çok kadın dergisi olmasına rağmen, “her kadın için bir dergi yoktur, yalnızca reklamcıların hedefledikleri pazarı içerisine dahil olan kadınlara hizmet sunulur” (Steiner, 1995: 1000, aktaran Schroeder, 2007: 122-123).

Kadın dergileri aynı zamanda çok çeşitli ürünlerin reklamının yapıldığı, kadınların belli ürünleri kullanmaya teşvik edildiği bir reklam arenasıdır. Dergilerde reklamı yapılan ürünleri satın alabilecek okuyucu kitlesi hedeflenir. Çünkü amaç kadınları, daha güzel, daha estetik, daha çekici olabilmeleri için bu ürünleri kullanmaya ikna etmektir. Aksi halde kadınlar eşleri tarafından terk edilmeye, ya da aldatılmaya mahkumdurlar. Kadın dergilerinde kadınlara açıkça bu mesaj verilmektedir. Bu nedenle kadın dergilerinin reklam endüstrisiyle olan sıkı ilişkisi göz önünde bulundurularak söylenebilir ki, bu dergilerin okuyucu kitlesi, dergi reklamlarındaki ürünleri satın alabilecek, dergilerde tavsiye edilen mekanlara gidebilecek kadınlardır. Kadın dergilerini moda dergileri, ev kadınına yönelik (dikiş, örgü, yemek tarifi...) dergiler, çalışan kadına yönelik dergiler, genç kızlara yönelik dergiler ve feminist dergiler gibi kategorilere ayırmak mümkündür.

Aydoğan (2004: 107), “Elle”, “Cosmopolitan”, “Elele”, “Marie Claire” ve “Hülya” dergilerinin Ocak 2004 sayılarını incelediği çalışmasında, yukarıda da kısaca söz edildiği gibi, kadın dergileri ile tüketim arasındaki ilişkiye vurgu

yapmaktadır. Aydoğan, araştırmasında bu dergilerde pek çok ürün ve mekan tanıtımı yapıldığı, kadınlara daha güzel, çekici, seksi olmalarını sağlayacak ürünleri almaları gerektiğinin sık sık tekrarlandığı üzerinde durmaktadır.

Dergilerin hepsinde, kadınlara kendilerini tanımalarını, geleceklerini bilmelerini ve ona göre yaşamlarını yönlendirmelerini sağlayan astroloji rehberi elbette mevcuttur! Yaşlanmaya karşı ve fiziksel güzelleşmeye yönelik reklamların çoğunda kozmetik ürünleri, parfümler, kıyafetler, ev ürünleri ve seçkin tatil beldeleri kadınlara tanıtılmaktadır. Stil, moda, ne var ne yok, kış romantliği, kış terapisi, editörün seçimi gibi reklam sayfası sayılmayan sayfalarda bile kadınlara markaları ve fiyatlarıyla birlikte önerilen ayakkabılar, çantalar, eldivenler, parfümler kadınların ceplerine seslenmektedir. Gene, dergilere konuk olan ünlüler bile giydikleri ünlü markaların kıyafetleri ile kadınların tüketim kültürünün cazibesine doğru çekilmesine yardımcı olmaktadır (Aydoğan, 2004: 110-111).

Schroeder, (2007: 150) “Cosmopolitan”, “New Woman”, “Kim” ve “Kadınca” isimli ticari kadın dergilerinin tarihsel gelişimleri üzerinde durarak, bu dergilerin yayınladıkları dikkat çekici reklamlarla tüketimi teşvik ettiğine vurgu yapmaktadır.

Dergilerdeki reklamlar, çoğunlukla stratejik olarak makalelerin konularıyla bağlantılı ve okuyucuların fark etmesini sağlayacak bir biçimde yerleştirilir. Yazılarda ortak bir yapı söz konusudur: Öncelikle kişisel bir sorun ortaya konur, daha sonra bu sorun ‘uzman’ görüşlerinden elde edilen bilgiler bir araya getirilerek incelenir ve bütün bunların sonunda sayısal verilerle veya alt başlıklar şeklinde eylem stratejileri önerilir. Cinsellik, kozmetik, iş bulmak, vs. gibi farklı konularda tavsiyelerde bulunan bu yazılar, kadınları ‘akıl verilecek kişiler’ olarak sunar. Yazıların bu belirgin yapısı editörlerin başyazılarında ve reklamlarda da görülür. Örneğin, meşgul bir iş kadınının kullanıldığı bir reklamda, bir kredi kartı ya da dijital bir dosya başarısının vazgeçilmez malzemeleri olarak sunulur (Schroeder, 2007:150-151).

Sonuç olarak kapitalizmin devamlı olarak sömürgeleştirecek yeni alanlar bulduğu gerçeği kadın bedeninin sömürülmesinde cisimleşmiştir. Bunun en somut örneği de kadın dergilerinde ortaya çıkmaktadır. Bu bölümde de Türkiye’de kadınların tüketici kitleler olarak görülmeye başlamasıyla birlikte sayıları hızla artan kadın dergilerinden ve bu dergilerin gelişiminden söz edilmiştir. Özellikle

1980’lerden itibaren kadın dergilerinin medya holdinglerinin bir parçası haline gelmesi ve reklamcılık sektörüyle olan yakın ilişkilerinden dolayı geleneksel çizgilerini değiştirdikleri görülmektedir. Artık kadın dergileri yalnızca örgü, nakış, dantel, yemek yapımı gibi konularda kadınlara tavsiyelerde bulunmamakta, kadının güzel, estetik, çekici, bakımlı görünmesi için satın alması gereken ürünlere yer vermektedir. Kadın dergileri hitap ettikleri okuyucu kitlesine göre farklı türlere ayrılabilir. Reklamcılarının hedef pazarı içerisinde yer alan kadınlara hizmet götürüldüğü göz önünde bulundurularak, kadın temsillerinin tüm bu dergilerde benzer biçimde yer aldığı görülmektedir. Popüler nitelikli bu dergilerin ortak özelliği kadınlara güzellik, çekicilik, erkeğini memnun etme ya da iyi bir ev hanımı olma gibi konularda tavsiyelerde bulunulmasıdır. Bu ticari dergiler yayınladıkları çok sayıda reklamla kadınları tüketim davranışına yöneltmeye çalışmaktadırlar.

Çalışmanın ikinci bölümünde buraya kadar ele alınan tüm bu kuramsal bilgiler ışığında Turuncu isimli İslami feminist kadın dergisinde toplumsal cinsiyet temsilleri analiz edilecektir. İslamcı kadınlar kadının geleneksel ev içi rollerle sınırlandırılmasına ve İslam aracılığıyla erkeklerin kadınlar üzerinde hakimiyet kurmasına karşı çıkmaktadırlar. Yani bir kısım İslamcı kadınlar, tüketen ve nesneleştirilen “Batılı Kadın”ı eleştirmekle birlikte, geleneksel rollere mahkum edilen “İslami Kadın” kimliğini de reddetmektedirler. Turuncu dergisi de benzer biçimde kadının tüketim nesnesi haline getirilmesine, kadın bedeninin erkeğin bakışına sunulmasına karşı çıkmaktadır. Bu noktada Turuncu dergisinin tüketen, tüketilen ve cinsel nesne haline getirilen kadın kimliği karşısında “ideal kadın” modelini nasıl kurduğu, bundan sonraki bölümde nicel ve nitel analiz ile ayrıntılı biçimde incelenmektedir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### TURUNCU DERGİSİ'NDE TOPLUMSAL CİNSİYET TEMSİLİNİN NİCEL VE NİTEL ANALİZİ

#### 2.1. Yöntem

Çalışmanın bu bölümünde İslami feminist bakış açısına sahip bir kadın dergisi olan Turuncu Dergisi'nde, toplumsal cinsiyetin nasıl kurulduğu nicel ve nitel analiz ile incelenmiştir. Yukarıda da üzerinde durulduğu gibi, Turuncu dergisi yerleşik kadın dergilerinin kadına yaklaşımını eleştirmekte, kadının tüketim nesnesi haline getirilmesine ve erkeğin bakışına sunulmasına karşı çıkmaktadır. Turuncu dergisinde yerleşik kadın dergilerindeki kadın temsillerine karşı çıkılırken kadının nasıl temsil edildiği sorusu cevaplanmaya çalışılırken aşağıdaki sorulardan hareketle derginin 22 sayısı incelenmiştir. Ancak önceden seçilen temalar çerçevesinde bir kategorileştirmeye gidilmemiştir. Okuma sırasında ortaya çıkan temaların bir dökümü ve dağılımı saptanmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın kuramsal çerçevesi belli araştırma soruları etrafında örgütlenmiştir. Bizi bu araştırmaya yönelten sorular şunlardır:

Turuncu dergisi kadını (ailede, çalışma hayatında, eş rolünde...) nasıl konumlandırmaktadır? Derginin “güzellik” ve “tüketim” gibi popüler kadın dergilerinde geniş yer verilen kavramlara yaklaşımı nasıldır? Derginin kadın-erkek ilişkilerine yaklaşımı nasıldır? Derginin kadının cinselliğine yaklaşımı nasıldır? Turuncu dergisi kendi “ideal kadın” modelini nasıl ve hangi söylemlerle kurmaktadır? Turuncu dergisinin “güzellik” anlayışı nedir? Kadını bu kavram içinde nasıl konumlandırmaktadır? Turuncu dergisi “aile” ve “evlilik” kavramlarıyla ilişkili

olarak kadını nasıl konumlandırmaktadır? Turuncu dergisi kadını çalışma hayatı içerisinde nasıl konumlandırmaktadır?

Tüm bu sorulara yanıt ararken geliştirilen temel varsayımlar ise şunlardır;

Turuncu dergisi'nde kapitalizmin dayatmacı güzellik anlayışı eleştirilmekte ve bu bağlamda kadının tüketim nesnesi haline getirilmesine karşı çıkılarak yerleşik kadın dergilerinde kurulan temsillerden çok farklı bir bakış açısı sergilenmektedir. Kadının sürekli tüketerek daha güzel olmaya çalışması eleştirilerek iç güzelliğin ve maneviyatın önemi üzerinde durulmaktadır. Ancak Turuncu dergisi'nde kadının anne ve eş olarak yerine getirmesi gereken rollere yapılan vurgu kadının geleneksel rol kalıpları çerçevesinde temsilinin önüne geçememektedir. Turuncu dergisi kapitalizmin dayatmacı güzellik ve tüketim anlayışını eleştirirken geleneksel değerlere yapılan vurgu kadın kimliğinin de daha geleneksel biçimde temsilini beraberinde getirmektedir.

Yukarıda üzerinde durulan sorular çerçevesinde Turuncu dergisinin toplumsal cinsiyet temsillerini ele alma biçimlerini analiz edebilmek amacıyla derginin ulaşılabilen 22 sayısı nicel analiz ile incelenmiştir. Daha küçük bir örneklem üzerinde ise nitel analiz gerçekleştirilmiştir. İncelenen sayılar 2005-2006 aralığında olmak üzere;

2005: Ocak, Şubat, Mart, Nisan, Mayıs, Haziran, Temmuz, Ağustos, Eylül, Kasım, Aralık; 2006: Ocak, Şubat, Mart, Nisan, Mayıs, Haziran, Temmuz, Ağustos, Eylül, Ekim, Kasım sayılarından oluşmaktadır.

Nicel analizde derginin 22 sayısında yer alan tüm yazıların konularına ve türlerine göre dağılımına yer verilmiştir. Dergide yer alan yazılar deneme, otobiyografi, röportaj, araştırma yazısı, haber ve makale türlerinden birine göre

yazılmaktadır. Bu nedenle ilk olarak yazıların dergide kullanılan bu 6 türden hangisine göre yazıldığı tespit edilmiştir. Daha sonra bu yazıların konusunun ne olduğu belirlenmiştir. Daha önce de vurgulandığı gibi önceden seçilen temalar çerçevesinde bir kategorileştirme yapılmamış, saptanan temalar okuma sırasında ortaya çıkmıştır. Dergide yer alan yazılar konularına ve türlerine göre sınıflandırıldıktan sonra, en sık yer verildiği tespit edilen temalar arasından rasgele örneklem yöntemiyle seçilen yazılar üzerinde nitel analiz gerçekleştirilmiştir. Nitel analizde ise yazının tematik yapısı, kurulan karşıtlıklar ve kullanılan sözcüklere bakılmıştır.

## **2.2. Nicel Analiz**

Nicel analizde yazıların türlere göre dağılımı, konulara göre dağılımı ve konuların türlere göre dağılımı incelenmiştir.

### **2.2.1. Yazıların Türlerine Göre Analizi**

Yazılar türlerine göre analiz edilirken derginin incelenen 22 sayısında yer alan tüm yazılar sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmada dergide kullanılan yazı türlerinin deneme, makale, röportaj, haber, otobiyografi ve araştırma yazısı olduğu tespit edilmiştir. Daha sonra her bir yazı türünde kaç adet yazının yer aldığı saptanmıştır. Tablo-1' de görüldüğü gibi derginin 22 sayısında yer alan yazılar türlerine göre incelendiğinde dergide en fazla deneme türünde yazıların yer aldığı görülmektedir. Deneme türünü, röportaj, makale ve otobiyografi türünde yazılar takip etmektedir.

|                  | Adet | Oran |
|------------------|------|------|
| Deneme           | 228  | %42  |
| Makale           | 99   | %18  |
| Röportaj         | 106  | %20  |
| Haber            | 24   | %5   |
| Otobiyografi     | 71   | %13  |
| Araştırma Yazısı | 10   | %2   |
| GENEL TOPLAM     | 538  | %100 |

**Tablo 2 Yazıların türlerine göre dağılımı**

Bir edebiyat türü olarak deneme, özgürce seçilen bir konuda gelişen, düşünsel boyutlar içeren, bir konuşma havası içinde biçimlenen, genellikle orta uzunlukta bir düzyazı biçimidir. Edebiyat yazıları içinde deneme, en ilgi çekici olanıdır. Denemelerde sıkı kayıtlara bağlı olmayan, serbest bir kompozisyon örgüsü vardır. Yazar genellikle okuyucuyla sıcak bir ilişki kurar:

*“Beyaz yeleleri rüzgarla yarenlik eden tutkulu bir at gibi koşarak yaşamak nasıl da uzaktır ondan. Hafife almak, değersizlik ve kırmızının bile içindeki esrarı para karşılığı sokaklarda sattığı bir dünyadan gelir. Belki de en güzel tasvirlerinin ucuz romanlarda yapıldığı bir köy masumiyetidir güzellik. Balinaların kozmetik malzemeleri için kesilip biçilmemesi gerektiğini heceleyen bir ilkokul öğrencisinin aklındır güzel olan” (Turuncu, 2006 (33): 19).*

Turuncu dergisi’nde en fazla deneme türünde yazıların yer alması üzerinde durulması gereken bir konudur. Benzer şekilde Turuncu dergisi’nde düşünsel planla yazılan ve doğrudan anlatımın görüldüğü öz yaşam öyküsü de denilen otobiyografi türünde yazıların yer alması da bu bağlamda ilgi çekicidir:

*“İlköğretim çağındaydım. Tahta sıralarda hayatımın en güzel yıllarından parçaları bıraktığım, tebeşir tozlarıyla teneffüs edilen havanın samimiliğinde Semanur, Meral ve Nilgün’le kan kardeşi arkadaşlıklar kurduğum, on dakikalık teneffüslere en tatlı ve en uzun oyunları sığdırdığım,*

*rol aldığım müsamereelerde kendimi dünyanın merkezi hissettiğim, en güzel yemek ziyafetinin simit-gazozla verildiğini düşündüğüm okul günlerinde” (Turuncu, 2006 (34): 35).*

Genellikle kadın dergilerinde otobiyografi ve özellikle deneme türünde yazılar sık yer almamaktadır. Ancak Turuncu dergisi’nde her iki türde yazıların sıklıkla yer aldığını söylemek mümkündür:

*“Ne zor bir hayatım var ne de kolay oldu şimdiye dek yaşamak benim için. Altı yaşında simit satarak babasının içki parasını çıkarmaya çalışan bir çocuk öyküsü kadar arabesk olmasam da, aşk mı para mı anketinde aşkı seçen yüzde bilmem kaç kadar popüler de değilim” (Turuncu, 2006 (35): 17).*

Otobiyografi ve deneme okuyucu ile sıcak bir ilişki kurar. Didaktik havanın dışında kalan bir yazım şeklidir:

*“Bizdeki bütün güzellikler Allah’ın mutlak güzelliğinden, onun cemalinden bir parça değil midir? Güzele aşık olmak, güzeli sevmek, güzelin katıksız haline aşık olmak demek değil midir? O halde bu kadar beden fetişizmi nedendir? En kestirme yanıt; beğenilmek, sevmek için olanıdır. Bize kalp gözüyle bakmayanların, bizde gördüklerinin ne çok benzeri var. Ha biz olmuşuz, ha bir başkası ya da ha bir başkası olmuş, ha biz, ne fark eder ki” (Turuncu, 2006 (33): 25).*

Bu bağlamda Turuncu dergisi’nde deneme türündeki yazıların diğer yazılara oranla yer alma sıklığı göz önüne alındığında derginin farklı bir duruşu olduğunu söylemek mümkündür. Dergide toplam 228 deneme yazısı bulunmaktadır. Deneme türünü takiben dergide röportajın sıklıkla yer aldığı görülmektedir. Daha sonra makale, otobiyografi ve haber türleri yer almaktadır. Otobiyografi türünde yazıların dergide sıklıkla yer alması da ilgi çekicidir. Otobiyografi türünde de okurla kurulan sıcak ilişki içinde ideolojinin kurulmasının daha kolay olduğunu söylemek mümkündür. Turuncu dergisi’nde yer alan otobiyografi türündeki yazıların da bu bağlamda, daha diyaloga dayanan, kadın dili ile yazıldığı görülmektedir. Dergilerde en fazla deneme türünde yazılar yer alırken, en az yer alan yazı türü ise araştırma yazısıdır.

### 2.2.2. Yazıların Konulara Göre Analizi

Turuncu dergisi'nde yer alan yazılar türlerine göre analiz edildikten sonra derginin 22 sayısında yer alan yazıların konularına bakılmıştır. Daha önce de üzerinde durulduğu gibi yazılar konulara göre analiz edilirken önceden seçilen temalar çerçevesinde bir kategorileştirmeye gidilmemiştir. Okuma sırasında ortaya çıkan temaların bir dökümü ve dağılımı saptanmaya çalışılmıştır.

|                                  | Adet | Oran |
|----------------------------------|------|------|
| Güzellik                         | 27   | %6   |
| Tüketim                          | 5    | %1   |
| Köy - Şehir                      | 19   | %4   |
| Annelik                          | 46   | %10  |
| Modernizm Eleştirisi (Doğu-Batı) | 143  | %30  |
| Evlilik                          | 10   | %2   |
| Kadın-Erkek İlişkileri           | 41   | %9   |
| Manevi Değerlere Duyulan Özlem   | 124  | %26  |
| Kariyer                          | 1    | -    |
| Kadına Dayatılan Roller          | 16   | %3   |
| Çalışma Hayatı                   | 8    | %2   |
| Savaş                            | 17   | %4   |
| Azınlıklar (Ötekileştirilenler)  | 14   | %3   |
| <b>GENEL TOPLAM</b>              | 471  | %100 |

**Tablo 3 Yazıların konularına göre dağılımı**

Tablo 3'den anlaşılabacağı üzere dergide en sık yer verilen konunun modernizm eleştirisi olduğu görülmektedir. Modernizm eleştirisi konulu yazılar, köy ve şehir yaşamının karşılaştırıldığı, geçmişe duyulan özlemin dile getirildiği ve azınlıkların yani ötekileştirilenlerin ele alındığı yazılarla iç içe geçmektedir.

Modernizm eleştirisinin Batı eleştirisi bağlamında da ele alındığını söylemek mümkündür. Modern yaşamın dayatmaları eleştirilirken geçmişe duyulan özlem dile getirilmekte, köy hayatı ve şehir hayatı ayrımı bu noktada karşımıza çıkmaktadır. Köy hayatı geçmişi ve geleneksel değerleri temsil etmekte şehir hayatı ise modernizmi temsil etmektedir. Yine modernizmin ötekileştirdiklerinden de bu bağlamda söz edilmektedir. Nitel analiz bulgularında bu konular üzerinde ayrıntılı olarak durulacaktır ancak modernizm eleştirisinin diğer konularla bağlantılı olduğunu ve bu bağlamda ele alındığını söylemek mümkündür. Dergide en fazla modernizm eleştirisi konulu yazılar yer alırken en az yer verilen konu türü ise kariyerdir.

### **2.2.3. Konuların Türlere Göre Analizi**

Turuncu dergisi'ndeki yazılar türlerine ve konularına göre analiz edildikten sonra dergide yer alan her konunun hangi yazı türünde ele alındığı tespit edilmiştir. Konuların türlere göre dağılımında ise, her konu ile ilgili en fazla deneme türünde yazının Turuncu dergisi'nde yer aldığı görülmektedir.

Daha önce de üzerinde durulduğu gibi Turuncu dergisi'nde yazıların deneme türüne kayması dikkat çekicidir. Deneme türünde, yazar serbestçe seçtiği herhangi bir konu üzerinde, kesin hükümlere varmadan, kendi görüş ve düşüncelerini anlatır ve okurla sıcak bir ilişki içerisine girer. Turuncu dergisi'nde de yazıların en fazla deneme türünde yazıldığı göz önüne alındığında, yaratılan diyalog atmosferinde ideolojinin daha kolay kurulduğunu söylemek mümkündür. Çünkü kullanılan dil, diyaloga dayanmaktadır. Yazarın sık sık yönelttiği sorular, okuru da yazıya dahil etmekte, ve yazar sohbet havası içerisinde, okurla konuşur gibi yazmaktadır.

|                                        | Deneme | Makale | Röportaj | Haber | Otobiyografi | Araştırma<br>Yazısı | TOPLAM |
|----------------------------------------|--------|--------|----------|-------|--------------|---------------------|--------|
| Güzellik                               | 17     | 6      | 4        | -     | -            | -                   | 27     |
| Tüketim                                | 4      | 1      | -        | -     | -            | -                   | 5      |
| Köy-Şehir                              | 6      | 1      | 4        | 3     | 4            | 1                   | 19     |
| Annelik                                | 18     | 15     | 6        | 2     | 5            | -                   | 46     |
| Modernizm<br>Eleştirisi<br>(Doğu-Batı) | 60     | 26     | 38       | 5     | 13           | 1                   | 143    |
| Evlilik                                | 4      | 3      | -        | 2     | 1            | -                   | 10     |
| Kadın-Erkek<br>İlişkileri              | 29     | 4      | 3        |       | 5            | -                   | 41     |
| Manevi Değerlere<br>Duyulan Özlem      | 59     | 23     | 19       | 4     | 16           | 3                   | 124    |
| Kariyer                                | 1      | -      | -        | -     | -            | -                   | 1      |
| Kadına Dayatılan<br>Roller             | 10     | 1      | 3        | -     | 2            | -                   | 16     |
| Çalışma Hayatı                         | 3      | 1      | 2        | -     | 2            | -                   | 8      |
| Savaş                                  | 8      | -      | 4        | 1     | 2            | 2                   | 17     |
| Azınlıklar<br>(Ötekileştirilenler)     | 5      | 2      | 4        | 2     | -            | 1                   | 14     |
| <b>GENEL<br/>TOPLAM</b>                | 224    | 83     | 87       | 19    | 50           | 8                   | 471    |

**Tablo 4 Konuların türlere göre dağılımı**

Turuncu dergisi'nin incelenen 22 sayısında yer alan konuların yazı türlerine göre dağılımına baktığımızda Tablo 4'den de anlaşılacağı gibi Turuncu dergisi'nde yer alan her bir konuyla ilgili olarak en çok deneme türünde yazının incelenen sayılarda yer aldığı saptanmıştır. Deneme türünü röportaj, makale, otobiyografi, haber ve araştırma yazısı takip etmektedir.

Güzellik konusuyla ilgili olarak dergide yer alan toplam 27 yazının deneme, makale ve röportaj türünde yazıldığı görülmektedir. Bunlar arasında en fazla deneme türünde yazı yer almaktadır. İncelenen sayılarda tüketim konusu, deneme ve makale olmak üzere iki farklı türde yer almaktadır. Deneme türündeki yazıların makale türünde ele alınan yazılardan daha fazla olduğu görülmektedir. Turuncu dergisi'nde köy- şehir ve annelik konusu ile ilgili olarak da en fazla deneme türünde yazının yer aldığı tespit edilmiştir. Modernizm eleştirisi konusu ise incelenen sayılarda en fazla yer verilen konu olarak karşımıza çıkmaktadır. İncelenen sayılarda, modernizm eleştirisi konulu yazılar deneme türünü takiben röportaj ve makale türünde yer almaktadır. Evlilik ve kadın erkek ilişkileri konusu ile ilgili olarak da deneme türünde yazılan yazıların diğerlerinden fazla olduğu görülmektedir. Turuncu dergisi'nde en fazla yer verilen ikinci konu olan manevi değerlere (geçmişe) duyulan özlem konusunda da en fazla deneme türünde yazının yer aldığı tespit edilmiştir. Manevi değerlere özlem konulu toplam 59 adet deneme yazısı bulunmaktadır. Deneme türünü makale, röportaj ve otobiyografi takip etmektedir. İncelenen sayılarda yer verilen diğer konular olan kariyer, kadına dayatılan roller, çalışma hayatı, savaş ve azınlıklar konusunda da en fazla deneme türünde yazıların yer aldığı görülmektedir.

Nitel analiz bulgularını değerlendirecek olursak; Turuncu dergisinin 22 sayısında yer alan tüm yazıların konularına ve türlerine göre incelenmesi sonucunda en fazla yer verilen konunun toplam 143 adet yazı ile modernizm eleştirisi olduğu, en az yer verilen konunun ise 1 adet yazıyla kariyer konusu olduğu tespit edilmiştir. Modernizm eleştirisi konusunu, toplam 124 adet yazıyla manevi değerlere duyulan özlem konusu takip etmektedir. Daha sonra toplam 46 yazıda annelik, 41 yazıda kadın erkek ilişkileri, 27 yazıda güzellik konusu, 19 yazıda köy-şehir, 17 yazıda savaş konusu, 14 yazıda azınlıklar, 10 yazıda evlilik konusu, 8 yazıda çalışma hayatı konusu, 5 yazıda tüketim ve 1 yazıda da kariyer konusunun ele alındığı tespit edilmiştir. Ele alınan bu konuların türlerine göre dağılımına baktığımızda ise her bir konuyla ilgili olarak en fazla deneme türünde yazıların, en az ise araştırma yazılarının derginin incelenen sayılarında yer aldığı tespit edilmiştir.

### **2.3. Nitel Analiz**

Dergide yer alan yazılar konularına ve türlerine göre sınıflandırıldıktan sonra, en sık yer verilen konular arasından rasgele örneklem yoluyla seçilen yazılar nitel analiz ile incelenmiştir. Konular moderne bakış, kadına bakış ve öne çıkan diğer temalar olarak sınıflandırılmıştır. Yazılar analiz edilirken; yazının tematik yapısı, kurulan karşıtlıklar ve kullanılan sözcüklere bakılmıştır.

Nitel analizde modernizm eleştirisi konulu 20 yazı, annelik konulu 13 yazı, güzellik konulu 10 yazı, tüketim konulu 2 yazı, köy-şehir ayrımı konulu 9 yazı, evlilik konulu 5 yazı, kadın erkek ilişkileri konulu 12 yazı, manevi değerlere duyulan özlem konulu 15 yazı, kariyer konulu 1 yazı, kadına dayatılan roller konulu 7 yazı, çalışma hayatı konulu 4 yazı, savaş konulu 8 yazı, azınlıklar konulu 6 yazı incelenmiştir.

Modernizm eleştirisi, manevi değerlere duyulan özlem ve annelik konularında daha fazla yazının incelenme nedeni derginin 22 sayısı içerisinde bu konuların en fazla yer verilen konular olmasındandır. Derginin incelenen sayılarında kariyer konusu ile ilgili olarak yer alan tek yazının çözümlemeye dahil edilme nedeni ise, bu yazının “çalışma hayatı” başlıklı konu ile bağlantılı olması ve derginin kadının çalışma hayatında yer almasına yönelik bakışını özetler nitelikte olmasından kaynaklanmaktadır. Nitel analizde incelenen sayılardaki yazılar tematik yapı, kurulan karşıtlıklar ve kullanılan sözcüklere bakılarak incelenmiştir.

### **2.3.1. Moderne Bakış**

#### **2.3.1.1. Modernizm Eleştirisi (Doğu-Batı)**

İncelenen Modernizm eleştirisi konulu 20 yazıda tema emperyalist güçlere karşı karşıt-hegemonik bir mücadele ekseninde şekillenmekte ve doğu – batı, geleneksel – modern karşıtlığı üzerine kurulmaktadır.

Batı merkezli düşünme ve Doğu merkezli düşünme ayrımı yapılmaktadır. Siyasi ve sosyal gelişmelerin bu iki merkezden değerlendirildiğinden söz edilmektedir. Batı merkezli düşünmenin, özgürlüğün batılılar tarafından verilebileceğine inanmak olduğu; Doğu merkezli düşünmenin ise Batı’nın özgürlük anlayışını eleştirmek olduğu vurgulanmaktadır:

*“Çeçenistan, Afganistan, Irak işgalle tehdit edilen İran ve Suriye . Bütün bu örnekler, batının tek-kültürcü, soykırımcı, soyarıtımcı (öjenist) ve emperyal politikalarının değişmeyeceğini gösterir. Meseleye Doğu/İslam alemleri açısından bakan kişi, az gelişmiş, despotik Üçüncü Dünya ülkesi muamelesi görmekten, yer altı ve yer üstü zenginliklerine, sularına, limanlarına göz dikilmesinden rahatsızlık duyar. Dahası bütün bu ‘beyaz efendi’ tavırlarıyla bize dayattıkları düşünme biçimlerine, kuramlarına, açıklama ve çözüm önerilerine belirli bir mesafeden yaklaşır” (Turuncu, 2005 (21): 17).*

Batı ile Avrupa ve Amerika kast edilmekte, Doğu ise yalnızca İslam ülkeleri olarak değil, Batının zulmüne maruz kalan tüm ülkeler olarak nitelendirilmektedir:

*“Çoğunluğu Avrupa ve Kuzey Amerika’da yaşayan yaklaşık 1 milyar 200 milyon insan; bu sömürü ve hırsızlık döngüsü sayesinde şişmanladı, semirdi, semizleşti, obezleşti. Buna karşılık, çoğunluğu Afrika ve Güney Asya’da 1 milyar 200 milyon insan açlıkla pençeleşerek can çekiyor! Küreselleşme, dolaylı bir yamyamlık organizasyonudur” (Turuncu, 2005 (21): 19).*

Batının modernleşmesinin; barbarlık, kan emicilik, taşkınlık cehalet, duygusuzluk, doymazlık, nefret, yıkıcılık üzerine kurulduğu belirtilmektedir. Ayrıca Batı; açgözlü, hırslı, suçlu, saldırgan, yalancı, sömürücü, hırsız, riyakar, tuzakçı olarak nitelendirilmektedir. Batının ayrılık ve farklılıklara tahammülü olmadığı, farklılıkları mevcut sistemle uyumlu hale getirmeye çalıştığından söz edilmektedir:

*“Ayrılıkların bile mevcut sistem tarafından kullanıldığını fark ettiğimiz için, çok dikkatli, çok hassasız. Bir zamanlar asi ruhlu direnişçilerin üzerinde eskiyen yırtık blucinlerin bugün moda olduğunu, eski sosyalistlerin neo-liberal olup çıktıklarını, sözgelimi Che’nin bir tüketim nesnesine dönüştürüldüğünü ayırmıyoruz.” (Turuncu, 2005 (21): 20).*

Tüm bunlara karşı geleneksel olan Köroğlu, Nasreddin Hoca, Karagöz, İbn-i Sina, Karacaoğlu, Yunus Emre’ye önem verilmesi gerektiği, modern olan; Noel baba, kredi kartları, stadyum, oynak şarkılar, yalan haberlerin ise reddedilmesi gerektiği üzerinde durulmaktadır. Yani modern olan aynı zamanda kapitalizm ile ilişkilendirilmekte ve buna karşı mücadele edilmesi gerektiğine vurgu yapılmaktadır.

Modern dünyanın sevdikleri ve ötekileştirdikleri ayrımı yapılmaktadır. Modern dünyanın zenginleri, güzelleri (modern dünyanın kriterlerine göre) şehirli olanları, örtülü olmayanları, zayıf ve uzun bacaklıları, Uzakdoğu, Budizm ve yoga ile ilgilenenleri, Batı’nın zulmüne rıza gösterenleri ve kendisiyle aynı dili konuşan beyaz tenlileri sevdiği belirtilmektedir. Modern dünyanın ötekileştirdiklerinin ise;

çirkinler (modern dünyanın güzellik kriterlerini reddedenler) köylüler, başörtülüler, kısa boylu, kalın bacaklı ve şişman olanlar, Müslümanlar, camiye gidenler, isyan edenler ve kendisiyle aynı dili konuşmayan siyahlar olduğu belirtilmektedir:

*“Modern dünyanın üvey evlatlarının en aşağılık hizmetlerine, zevklerine, üçüncü dünya ülkelerinin fakir kız erkek çocukları kurban edilip, seks kölesi olarak kullanılıyorlar. Buradan nasıl bakılmalıdır yüzlerine. Burada da laf tükeniyor zaten. Neticede modern dünya; rengi açıkları, paralıları, kendi normlarına uygun güzelleri, Müslüman olmayanları, zulmüne rıza gösterenleri, kendisiyle aynı dili konuşanları sever, bunun için sadece İngilizce bilmek yeterli değildir” (Turuncu, 2005 (32): 11).*

Modern dünyanın özgürlük anlayışının ise sınırlardan ibaret olduğu ifade edilmektedir. Modern Dünya’nın haksız bir düzen üzerine kurulu olduğu ve modern dünyanın korkularının sınırsızlık, kaos ve itaatsizlik olduğu belirtilmektedir:

*“Sınırlar ömür boyu sürececek bir hizalamanın provası gibidir. Sınırsızlığın neden olacağı kaos modern dünyanın en büyük düşmanıdır. Bence, bizi insani değerlerden uzaklaştıran sınırların yokluğunun neden olacağı bir kaos, sadece sisteme karşı takınılabilecek sorgusuz sualsiz itaatin oluşturduğu düzenden yeğdir. “Hak” siz düzene karşı girişilecek, tufan gibi bir düzensizliğin neticesinde, “Hak” lı düzene kavuşmak mümkün değil midir?” (Turuncu, 2006 (42): 15).*

Modern dünyanın farklı ses ve görünürlere tahammülü olmaması, yürek ve vicdan yerine refah seviyesi yüksek standartları koyma çalışması eleştirilmektedir. Bunun karşısında durabilmek içinse insanların yüreklerine sahip çıkması gerektiği belirtilmektedir:

*“Yaşamakta olanın ahir zaman olduğu konusunda kimin kuşkusu olabilir. O halde sahip çıkmamız gereken en önemli şey yüreklerimiz. Ancak modernite yüreklerimiz yerine refah seviyesi yüksek yaşama standardını koymaya çalışıyor. Böylece biz de maddi dünyanın sunduğu şeylerle yaşayabileceğiz. Tat almak mı? Vicdan mı? Aza kanaat etmek mi? Bu deyimlerin modern dünyada yer yoksa varsın yansın otomobiller yanacak yürek kalmadan önce” (Turuncu, 2005 (32): 13).*

Modern dünyada üvey kalanların; parası olmayan “güçsüzler”, rengi beyaz olmayan siyahlar “çirkinler”, dini popüler olmayan “saygın olmayanlar”, atası batılı olmayan “asil olmayanlar” ve makamı olmayanlar olduğu belirtilmektedir. Modern olmanın ölçütlerinin ise; manikürlü tırnak moda saç stili estetik, botox, marka araba ve kıyafetler ve sıklıkla eş değiştirmek olduğu belirtilmektedir. (Turuncu, 2005 (32): 16-17).

Ötekilikten ve üvey evlatlıktan kurtulmanın yolu ise yazmak olarak tanımlanmaktadır. Böylece ötekileştirme yerine anlama, yargılama yerine paylaşmanın öneminin anlaşılacağı üzerinde durulmaktadır. Bu sayede modern çağın dayattığı kavramlar olan; bireyselleşmeye biricikleşmeye, tektipleştirmeye ve ötekileştirmeye karşı durmanın mümkün olacağı savunulmaktadır.

Burada yazmaktan kast edilen kağıda kaleme sarılmak, düşünceleri ifade etmek ve bu düşünceleri toplumla buluşturmanın bir yolunu bulmaya çalışmaktır:

*“Osmanlı’nın son dönemlerinde ve Cumhuriyetin ilk yıllarında, kadınlar, bu dönemlerde çoğu kez kendi kimliklerini gizleyerek ‘öteki’ imiş gibi yazma gereği duydular. Bu çeşit bir ötekileştirmeyi aşmak için yılların geçmesi gerekti....Yazdıkça büyüdü heyecanları, tutkuları, ayakta kalma dirençleri, birbirini daha çok anlama çabaları...Yazarak hayata tutunmak daha kolay olacaktır bilin. Yazmak, bizi zenginleştirecek; yazarak dirilteceğiz birbirimizi, yazarak tanıyacağız bir diğerimizi. Çünkü ancak yazarak birbirimizi ‘öteki’leştirmek yerine, anlayabiliriz” (Turuncu, 2005 (32): 19).*

Ötekileştirilenler ve modern dünyanın üvey evlatları olarak nitelendirilenler arasında ilginç bir biçimde tek bir yazıda sokak kadınları ve başörtülü kadınlar benzetmesi yapılmıştır. Sokak kadınlarının sokakta olma, sokakta kalma nedeninin modernizmin karanlık yüzünün sonucu olduğu, başörtülülerin sokakta kalma nedeninin ise modernizme ayak diremelerinin bir sonucu olduğu belirtilmiştir.

Her ikisi de modernizmin alanlarından dışlanan, reddedilen, itilip kakılan ve hor görülen kadınlar olduğu için benzer özellikleri olduğu vurgulanmıştır:

*“Ruhları yırtılan çaresiz kızlar, bedenlerini hunharca kullandırıp, dipsiz gecelere fenersiz girdiler, giriyorlar. Kimseler tarafından insan yerine konulmuyor, canlarını hiç pahasına satıyorlar. Topuklu papuçlarının üzerinde taşıdıkları beden de onların değil, o ruhta. Artık sokakların kadınları olduklarında, sarsıldıklarında, itilip kakıldıklarında, ayakta durmanın kırmızı ojeli de olsa tırnaklarını hayata geçirmek olduğunu biliyorlar...Yine bu sokaklarda kıyafetlerinden ötürü itilip kakılan kızlar oldu. Onlar da kapılardan alınmadılar. Yaz-kış dışarıda bekletilip, modernizmin istilasında ki tüm alanlardan aforoz edilmek istendiler... Dışlana dışlana sığınılacak bir sokak köşesi bile bırakılmayınca, onlar da ya herkese küsüp evlerinin dört duvarına girdiler ya da bu ülkenin sınırlarından çıkıp başka göğün altında kendilerini oldurmaya çalıştılar, çalışıyorlar” (Turuncu, 2005 (32): 25).*

#### **2.3.1.2. Manevi Değerlere (Geçmişe) Duyulan Özlem**

Turuncu dergisi’nde incelenen 15 yazıda manevi değerlere duyulan özlem konusu kapitalizmle birlikte toplumsal değerlerin yitirilmesi bağlamında ele alınmakta ve geçmişe duyulan özlem dile getirilmektedir. Farklı temalar çerçevesinde kapitalizmin dayatmacı tüketim anlayışı eleştirilmektedir.

İlk olarak geçmişte ve günümüzde yorganların özelliklerinin ve kullanımının değişmesinden söz edilmektedir. Geçmişte yorganların; yün, pamuk, saten ve basma olduğu, günümüzde ise elyaf, anti-alerjik, pofuduk, mısır patlağı şeklinde olduğu ve insanların içi gibi hafif, hayatları gibi özensiz, alelade, gösterişli olduğu vurgulanmaktadır:

*“Her mahallenin tozlu sokaklarında hanımların yolu yorgancılara düşerdi. Sayıları hiç de az olmayan yorgancılar, beklemeye pek sabrı olmayan kadınların uğrak yeri idi. Kimi sünnet olacak çocuğuna diktirirdi, kimi gelin olacak kızına. Pamuk öyle elektrikli motorlarla atılmazdı. Bir usulü vardı değer verilen her şey gibi” (Turuncu, 2005 (21): 33).*

Daha sonra bakkallar üzerinden bir değerlendirme yapılarak geçmiş ve günümüz kıyaslanmaktadır. Geçmişte alışverişin bakkallardan yapıldığı ve bakkalların sıcak, sevimli, veresiye alışveriş yapılan yerler olduğu belirtilmektedir. Günümüzde ise alışverişin süper marketlerden, kredi kartı ile yapıldığı ve süper marketlerin soğuk, sevimsiz mekanlar olduğu vurgulanmaktadır.

Yorganlar ve bakkallar üzerinden geçmişe duyulan özlem dile getirilirken yukarıda da üzerinde durulduğu gibi günümüzün tüketim anlayışının eleştirisine yer verilmektedir:

*“O zaman kimse emperyalist değildi. Çaylar Çaykur’dan, şekerimiz Türkiye Şeker Fabrikaları’ndan, sigaralar TEKEL’ den, kibritler KAV’dan, çay bardakları Paşabahçe’den, kağıtlar SEKA’dan, sütler SEK’ten, ballar AOÇ’dan gelirdi. Bunların hepsi bizimdi, yerli malı, bu yurdun malıydı. Ve herkes onu kullanmalıydı. Ama neredeyse hepsi özelleşti. Bu arada Ömer Amca da bir süpermarket zincirinin sahibi oldu” (Turuncu, 2005 (24): 52).*

Geçmişte insanların birbirlerine karşı daha anlayışlı ve nazik olduğu vurgulanarak, geçmişteki toplumsal ilişkilere duyulan özlem de dile getirilmekte aynı zamanda günümüz sosyal yaşamı eleştirilmektedir:

*“O zamanlar ki; bahçe duvarlarının beyaz kireçle badana edildiği, ıhlamur ağaçlarının sokağı sardığı, çiçek fidelerinin komşuların ellerinde ondan ona verildiği, kapı önünün çalı süpürgeleriyle süpürüldüğü, kapı eşiklerinin deterjanlı sularla sıkı sıkı silindiği, bahçelerde vita tenekelerine fesleğenlerin, pencere önlerine yoğurt kaselerine menekşelerin dikildiği, eve getirilen rızklara göz hakkı değmesin diye bez poşetlere konulduğu, azın çoğa eklendiği, yokluğun varlık karşısında ezdirilmediği, halin sorgu sual edilmeden anlaşıldığı, hal hatır sormanın kimseleri yormadığı zamanlarmış” (Turuncu, 2005 (28): 9).*

Kapitalizm sonucunda geçmişteki ince alışkanlıklardan, dikkat edilen inceliklerden vazgeçilmesi eleştirilmektedir. Eleştirilerin kapitalizme bağlanması daha önce üzerinde durulan modernizm eleştirisi konusu ile de örtüşmektedir. Modernizm eleştirisi konusuyla ilgili olarak incelenen yazılarda da modern yaşam ve

modern yaşamın dayatmaları eleştirilmekte, ve eleştiriler yine kapitalizme bağlanmaktadır:

*“Kapitalizmin sert rüzgarlarında geçim derdine düşüp, savrulmamaya çalışırken kaybettik inceliklerimizi...Yolda karşılaştığımız komşumuz, selam verdiğimizde ya da gülümsediğimizde garip garip bakıyor artık. Aynı sokağın çocukları bile birbirini tanımıyor. Bakkalımızın adını bile bilmiyoruz (tabi hala bakkalımız varsa). Babalarımız hep aynı berbere gider, annelerimiz bizi hep aynı kasaba yollardı. Kasabamız dolmalık kıyma ile köftelik kıymayı farklı verirdi. Ayakkabılarımızın uçları yırtılınca, ayakkabıcımıza götürür, pençe attırırdı annemiz. Anneannemizin yokuşunda kesilince nefesimiz, çocukluktan kalma bir komşu teyze kaynatılmış vişne suyu ikram ederdi” (Turuncu, 2005 (28): 16-17).*

Turuncu dergisi’nde manevi değerlere duyulan özlem konusu geçmişe duyulan özlem bağlamında ele alınmaktadır. Çünkü manevi değerlerin geçmişte kaldığı, günümüzde kapitalizmle birlikte sevdiğimiz, bildiğimiz, dikkat ettiğimiz değerlerden, inceliklerden vazgeçtiğimiz üzerinde durulmakta ve bu durum eleştirilmektedir.

### **2.3.1.3. Tüketim**

Tüketim konusu, günümüzde kadının alışveriş merakı, moda düşkünlüğü ve dış görünüşün önemli hale gelişi temaları çerçevesinde ele alınmaktadır. Geçmiş ve günümüz kıyaslanmakta ve geçmişte alışverişin erkekler tarafından, yalnızca evin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik sıkıcı bir eylem olduğu; günümüzde ise alışverişin kadınlar tarafından yapıldığı ve kadınların sıkıntılarından kurtulma yollarından biri olduğu üzerinde durulmaktadır.

Alışveriş; modern zamanların dinlenme mekanı, modern kadının en büyük eğlence kültürü, kadının eğlencesi, kadının yalnızlıktan kurtulma aracı, kadının mutluluk kaynağı ve kadının hayatına yenilik katma aracı olarak nitelendirilmektedir:

*“Kadınlar artık tüketim kültürünün en önemli bireyleri. Onlar yeni bir şeyler aldıkça mutlu oluyorlar çünkü. Neden mi? Para harcamayı sevdiklerinden mi, erkeklerin dediği gibi? Yoksa hayatına yeni bir şeyler katmak için mi? Kadınlar, birbirinin benzeri olan günleri değiştirmek için alışveriş yapıyorlar. Doğru veya yanlış. Giderek yalnızlaşan apartman, site katlarında diğer kadınlarla aynı ortamda olup her gün yenilenen tazelenen bir şeylere bakmayı seviyorlar” (Turuncu, 2005 (24): 56).*

Dergide, erkeğin ve kadının alışverişe bakış açılarının farklı olduğundan söz edilmektedir; Erkeğe göre alışverişin zorunluluk olduğu, ihtiyacı kadarını almak anlamına geldiği belirtilmektedir. Erkek için alışveriş merkezleri sıkıcı, küçük, sevimsiz ve yabancı mekanlar olarak nitelendirilmektedir. Kadına göre ise alışverişin eğlence ve keyif anlamına geldiği, kadının ihtiyacı olmasa bile alışverişe çıkabileceği üzerinde durulmaktadır. Kadın için alışverişin modayı takip etmek için gerekli olduğu ve alışveriş merkezlerinin kadının kendi mekanı olduğu vurgulanmaktadır. Bu nedenle kadına göre alışveriş merkezlerinin cazip, cıvıl cıvıl, ferah ve geniş mekanlar olduğu belirtilmektedir:

*“Kadınların markette bakacakları asla bitmez. İhtiyaçları olmasa da yeni şeyler görmek için raflara bakmaya devam eder. İşte erkeklerin nefret ettiği budur: Gereksiz yere süper markette bir kadınla birlikte gezmek. İhtiyacın olduğu kadarını al, daha ne dolaşıp duruyorsun, bir alışverişini bitiremedin, diye düşünür erkek. Kadının ihtiyaçları bitmese bile erkek çabuk olması için kadını sürekli ikaz eder...Zamanında nasıl toptancı halleri erkeklerin tekelindeyse, kadınlar oralara yabancıysa şimdi de erkekler büyük marketlere yabancı. Çünkü her yer kadınlarla dolu ve erkekler gereksiz yere garmekten hoşlanmazlar” (Turuncu, 2005 (24): 57).*

Kadının moda düşkünlüğü ve dayatılan güzellik ölçütlerine uygun hale gelebilme çabası eleştirilmektedir. Kadının tükettikçe mutlu olacağına olan inancının yanlış olduğu ve kadının zaaflarına ket vurması gerektiği vurgulanmaktadır. Bu bağlamda modanın; devamlı eskimişlik duygusu yarattığı, kendini baştan, en yeniye göre oluşturma arzusu olduğu vurgulanmaktadır. Modanın kadın eğlencesi aynı

zamanda kadının komik durumlara düşme nedeni olduğu vurgulanmakta ve moda kadının prangası olarak nitelendirilmektedir:

*“Sipsivri topukları, upuzun burunlarıyla ışıltılı vitrinlerde karikatür gibi duruyorlar. Pahalı vitrinlerin spot ışıkları altında, onları satın alacak ‘trendy’ kadınları bekliyorlar. Üç yılı aşkın zamandır devam eden sivri burunlu ayakkabı modası, bu garip ayakkabıları tek kelimeyle kadınların ayaklarına pranga etti...Beyin insana aksesuar olsun diye verilmiş bir organ değildir. onu sık sık çalıştırıp zaaflarımızın beynimizi tembelleştirmesine izin vermeyelim. Moda anlayışımız sırf bize bu tuhaf ayakkabılarla güzel görüneceğimizi söyledi diye komik ve acınası olmayalım. Daha da iyisi bu ayakkabılara avuç avuç para ödeyip kendimize kazık atmayalım güzel hanımlar. Şunu da unutmayın ki moda bazen bizle eğlenmek ister” (Turuncu, 2005 (31): 35).*

Güzellik kavramı ele alınırken üzerinde durulacak olan, modern yaşamın dayatmacı güzellik anlayışı eleştirisi ve iç güzellik dış güzellik ayrımı yani “içimiz çirkinleştikçe dışımızı güzelleştirmeye çalışıyoruz” eleştirisi moda konusunda da kendini göstermektedir. Bu kez de “içi yoksul olan dışını çok süsler” anlayışından hareket edilerek tüketim düşkünlüğü eleştirilmektedir.

Günümüzde en pahalı kıyafetleri almanın, en yeni parfümleri kullanmanın ve en iyi markayı giymenin moda olduğu vurgulanmaktadır. Bu bağlamda imajın ve dış görünüşün çok önemli olması buna karşın alın teri ve emeğin değerini yitirmesi eleştirilmektedir.

Bu veriler ışığında Turuncu dergisi’nde tüketim konusunun kadınla ilişkilendirilerek ele alındığını söylemek mümkündür. Batının dayatmacı güzellik anlayışının beraberinde getirdiği tüketim ve moda düşkünlüğü eleştirilmektedir. Modern yaşamın imaj ve görünüşe önem veren anlayışı reddedilmektedir.

### 2.3.2. Kadına Bakış

#### 2.3.2.1. Güzellik

Güzellik konusu ile ilgili olarak incelenen 10 yazıda güzellik kavramı ırkçılık, modernizm, tüketim temaları çerçevesinde işlenmektedir. Karşıtlıklar ise Batılı güzellik anlayışı ve Müslüman güzellik anlayışı çerçevesinde kurulmaktadır.

Batı ve Batının güzellik anlayışı eleştirilmekte Batı ırkçı ve sömürgeci olarak nitelendirilmektedir. Batının “dayatmacı”, “tek tipleştirici” ve “aşağılayıcı” bir güzellik anlayışı olduğu belirtilmektedir:

*“Japonya’da yüzlerce genç kız çekik gözlerini beyazlara benzetmek için milyonlarca dolar ödiyor. Ya da kemiklerini kırdırarak boylarını uzatan çileli işleri yapıyorlar. Neden? Belirlenmiş bir güzellik anlayışına erişmek için. Bu anlayış Batılı moda dergileri, filmleri, öyküleri ve fotoğraflarıyla zihinlere zerk edilmiş. Reklamlar güzel vurgusunu böyle yapıyormuş diye insanlar kendi ırk karakterlerinden tiksiniyor. Yani kendinden nefret ediyor. Zenciler beyazlatıcı içiyor ve kıvr kıvr saçlarını düzleştirmek için bin bir işkence çekiyor” (Turuncu, 2006 (33): 11).*

Güzellik kriterlerini belirleyenlerin Batı dünyasının rant ağaları olduğu vurgulanmaktadır. Ve onlara göre beyaz, sarışın, uzun boylu, zayıf ve renkli gözlü olanların daima güzel olduğu, şişman Meksikalı kadınlar, kısa boylu ve kısa bacaklılar, çekik gözlü Çinliler, esmer ve şişman Güney Amerika yerlileri, Maoriler, Kırgızlar, Asyalı, Afrikalı kadınların ise çirkin olduğu belirtilmektedir Çünkü güzeli belirleyen rant ağaları için güzellik tarifinin ırkçılık üzerine kurulu olduğu vurgulanmakta ve bu durum eleştirilmektedir:

*“Neden bütün dünya güzellik yarışmalarında kraliçeler geliştirmekte olan ülkeler arasından seçiliyor? Çünkü gelişmiş olmanın ölçütü kadınların vücut ölçülerini sergilemesiyle doğru orantılı. Batı’nın Afganistan’daki uzun vadeli hedeflerinden birisi de burkanın altındaki, perdenin ardındaki Cindy Crawford’ları, Kate Moss’ları, Cladua Schiffer’ları izlemek. Onlara hamburger ikram etmek, onlara coca cola ikram etme, onlara blue jean giydirmek, onlara Hollywood yapımlarını izletmek...Dünya sistemi ve dünya*

*sisteminin lordu Amerika, dünyadaki bütün insanların Amerikanlaşmasını istiyor” (Turuncu, 2006 (33): 13).*

Güzellik kavramı “sistemin en önemli silahı”, “bakışın nesnesi” ve “çirkin bir kavram” olarak nitelendirilmektedir. Güzelliğin öneminden çok “sadakatın güzelliği” vurgulanmaktadır:

*“Güzellik. Üstüne bir sürü güzel lafın edilebileceği belki de sistemin en önemli silahlarından biri. Dünya ekonomisinin her yıl büyük bir bölümünün sahte maskelere harcadığı belki de bir sürü berrak zihnin bu sektörün arz ve talep edenlerince harcadığı bir kavram. Güzellik güzelden ziyade çirkince bir kavram” (Turuncu, 2006 (33): 19).*

Karşıtlıklar iç güzellik ve dış güzellik ayrımıyla belirginleşmektedir. Batı’nın dayatmacı güzellik anlayışın karşında, iç güzelliğin önemine vurgu yapılmaktadır. Tek tip güzelliğin olamayacağı, kadınların iç güzelliğine aldırış etmeyen ve asıl bunu göremeyen gözlerin çirkin olduğu belirtilmektedir. Asıl sevginin de dış güzellikten ziyade bir insanı tüm yönleriyle, aşk ile sevmek olduğu ve bunun da cenneti hissedebilmek olduğu belirtilmektedir. Bu noktada, sevginin ve aşkın dış güzelliğe bağlı olması eleştirilerek bu anlayışa isyan edilmektedir:

*“Bize çirkin olduğumuzu, tek tip asker olmamızı emreden tüm estetik anlayışa karşı çıkın, bizi beğenmeyeni biz hiç beğenmeyelim”(Turuncu, 2006(33): 11).*

Ayrıca güzellik ve iç güzelliğin önemine ilişkin olarak da edebiyatımızın güzellere övgüyle dolu olduğu belirtilerek, Yunus ve Nadi’den örnekler verilmiştir. Yüzyıllardır güzel kabul edilen kadınının neden şimdi çirkin kabul edildiği sorgulanarak, eleştirilmektedir:

Dış güzelliğin geçici, anlamsız ve önemsiz olduğu ancak buna rağmen hayatın anlamı haline geldiği vurgulanmakta ve eleştirilmektedir. Asıl önemli olanın İç güzellik yani huy, karakter güzelliği olduğu ve iç güzelliğin sevgi, huzur

anlamına geldiği belirtilmekte ve iç güzelliğin daha değerli olduğu vurgulanmaktadır. Ancak günümüzde iç güzelliğin unutulması eleştirilmektedir:

*“İçinizdeki boşlukları silikonlarla dolduramazsınız diye haykırsanız, ne kadar genç görünmeye çalışsanız da ölümü geciktiremezsiniz diye bizleri uyarsanız olur mu? Normal görmeye başladığımız şeylerdeki acayıplıklara çevirseniz yüzlerinizi...Üstümüzdeki anlamsız baskılardan kurtarsanız bizi...Henüz, dışımıza değil de içimize ayna tutma vaktiniz gelmedi mi?” (Turuncu, 2006 (33): 21).*

İnsanların içi çirkinleştikçe dışını güzelleştirmeye çalıştığı belirtilmektedir. Batının güzellik anlayışı eleştirilirken Batı ile kastedilen Amerika’dır. Amerikan toplumunda güzelliğin saplantı olduğu ve cinselliğin hayatın merkezi haline geldiği belirtilmektedir. Türk toplumunda da Batı’nın dayatmacı güzellik anlayışının sonucu olarak botoks yaptıran ev hanımları olduğu ve komşu teyzenin estetik operasyonlarının konuşulduğu üzerinde durulmakta ve bu durum eleştirilmektedir:

*“İçimiz çirkinleştikçe dış güzelliği daha da önemser oluyoruz galiba. Belki de ahlakımızı düzeltmeye uğraşmadığımızdan suretlerimizle haddinden fazla uğraşıyoruz, kim bilir...Artık bir de bakıyoruz ki Ayşe teyzenin kızı burnunu düzeltirmiş, her türlü yöntemi denediği halde kilo veremeyen başka bir komşu teyzemiz yağlarını aldırması. Kelliği gurur meselesi yapan bakkal amcamız saç ektirmiş” (Turuncu, 2006 (33): 20-21).*

Güzelin tanımının sistem tarafından dayatıldığı ve batılı kaynaklarca yapıldığı vurgulanırken, batılı güzellik tanımına ulaşmak için bedenin değiştirilmeye çalışılmasının nedenleri de tartışılmaktadır:

*“Bedenlerimizi biz seçemeyiz. Onlar bize giydirilmiş giysilerimizdir ki, biz bu giysileri çıkaramayız veya giysilerin nasıl olacağına karar veremeyiz. Bu konuda hiçbir müdahalemiz olamaz. Kendimizi onun içinde buluruz. Bir şeyi benimsemede kendi dahilimizin önemli olduğu düşünülürse, bedenin kabulünde de bu kadar zorlanılmasının sebebi bu olamaz mı? Eğer insan kendi bedenini değiştirirse, onu kabullenmesi de bir nebze olsun kolaylaşmaz mı? (Turuncu, 2006 (35): 43).*

Medyanın da dayatılan güzellik anlayışına aracılık ettiği vurgulanmaktadır. Medyanın sunduğu kadınların; “ahlaktan yoksun”, “edep ten yoksun”, “ıffetten yoksun”, “sıra dışı”, “u” ve “ahlaksız” olduğu, çocuklar ve gençlerin bu insanları model alması durumunda hayatlarının “hedefsiz”, “arpık” ve “anlamsız” bir hale geldiği vurgulanmaktadır (Turuncu, 2006 (39): 66-67).

İlginç bir şekilde tek bir yazıda Müslüman kadın da eleştirilmektedir. Bunca arpıklık ve yanlışın içinde doğrunun ne olduğunu gösterebilecek  rnek Müslüman kadınların neden ortaya çıkmadığı sorgulanmaktadır:

*“İnsanların model aldığı ekrandaki kadınlara bir bakın, bir de bu eşsiz kadın modellerine. Uçurum kelimesi bile kifayetsiz kalıyor. Belki ekrandaki bu kadınlar çok u örnekler olabilir, ama biz Müslüman kadınlar ne alemdeyiz? Bizler Hz. Hatice’lere, Hz. Meryem’lere ne kadar benziyoruz? Bir Hz. Hatice  rneği var mı aramızda? Neden çıkamıyor aramızdan böyle yüce bir şahsiyet? (Turuncu, 2006 (39): 67).*

Güzellik konusuyla ilgili olarak Turuncu dergisinin güzellik anlayışının i güzellik teması etrafında şekillendiğini söylemek mümkündür. Dış güzelliğe önem verilmesi eleştirilerek, i güzelliğin önemine vurgu yapılmaktadır. Emperyalist ve sömürgeci g  olarak nitelendirilen Batı’nın güzellik anlayışının “dayatmacı”, “tek tipleştirici” ve “aşağılayıcı” olduğu vurgulanmakta ve bu anlayışla mücadele edilmesi gerektiği üzerinde durulmaktadır.

#### **2.3.2.2. Annelik**

Annelik konusu ile ilgili incelenen 13 yazıda temalar anneliğin yüce ve kutsal oluşu çerçevesinde işlenmekte, kadının kimliği annelik ile kurulmaktadır. Karşıtlıklar ise kadının annelik rolü ile çalışma hayatı arasında kalması çerçevesinde oluşturulmaktadır.

Anneliğin “yüce”, “kutsal” ve “en güzel hediye” olduğu vurgulanmaktadır. Ayrıca annelik ile hayata karşı daha güçlü durulabileceği, dünyaya karşı daha inançlı olunabileceği ve hayata karşı daha verici olunabileceği vurgulanmaktadır (Turuncu, 2005 (27): 82).

*“Allah’ın kadına verdiği en güzel hediye annelik vasfıdır. Geçmişten günümüze en ilkel kabilelerden en medeni toplumlara kadar tüm kültürler, din ve inanç sistemleri annelik vasfıyla kadını hep yüceltmış, kutsamıştır”* (Turuncu, 2005 (25): 37).

Daha sonra ayrıntılı olarak üzerinde durulacak olan çalışma hayatı, kadına dayatılan roller ve kadın-erkek ilişkileri konulu yazılarda da kadının annelik rolünün önemine yapılan vurgu yer almaktadır. Kadının çalışma hayatı ve annelik arasında kalması ve bu süreçte çocuğun yalnızlığı üzerinde durulmaktadır. Bu da Turuncu dergisi’nde kadının kimliğinin annelik ile kurulduğunu göstermektedir.

Annelik konusuyla ilgili olarak sıklıkla kadının annelik rolünün her şeyden önemli olduğu, çocuğun anneye ihtiyacı olduğu ve çalışan annelerin çocuklarının evde yalnız olduklarında yaşadığı yalnızlık üzerinde durulmaktadır.

Annenin yokluğu yani annenin evde olmayışı soğuk, ürpertici ve katlanılamaz olarak nitelendirilmektedir. Çocuğun varlığı ise, yaşama sebebi, en büyük masumiyet ve aydınlık olarak nitelendirilmektedir. Çocuğun ihtiyaçlarını doğru biçimde karşılamamanın önemli olduğu ve çocuğun anneye ihtiyacı olduğu vurgulanmaktadır:

*“Evin boş hali, gülümseyerek ‘Hoş geldin, bugün okulda ne yaptınız?’ diyen birinin olmayışı ve ürpertici sessizlik korkuturdu beni. Sadece televizyonu açar Fred Çakmaktaş’ın maceralarını seyrederdim. Annemin ısıtıp yemem için ocağın üzerine koyduğu yemeğe dokunmazdım bile, karnım ne kadar aç olsa da”* (Turuncu, 2006 (37): 27).

Annenin ilk öğretmençocuğu için her şeye katlanan ve fedakar olduğu vurgulanmakta, anne olmanın büyülü bir şey olduğu, karşılıksız sevgi ile emek, çaba ve şükretme gerektirdiği üzerinde durulmaktadır:

*“Anne olmak, en büyüğü hikayeyi fısıldamak hayatın kulağına...Karşılık beklememek ama bunun yanı sıra zorunda hissetmeden yapmak yükümlülüklerini...Hayata dair tecrübelerini, çocuğunun gözünün içine sokmadan, çok da ısrarcı olmadan ama kararlı bir biçimde sunmak ona...Her şey yarım bile kalsa emek vermek, çaba sarfetmek ve bir de bolca şükretmek...O uyurken, yüzündeki gülümsemeyi izlemeden uyumamak” (Turuncu, 2006 (37): 31).*

Çocuğun anneye ihtiyacı olduğu, annenin gönlünden şefkatin davranışlarından sabrın hiç eksik olmaması gerektiği vurgulanmaktadır:

*“Tam da bize ihtiyaçları varken, onların ihtiyaçlarına yeterince eğilmek gerekir. Onlara hayatı öğretirken sevgi ihtiyaçlarını, güven ihtiyaçlarını, ait olma, kabul edilme gibi ihtiyaçlarını karşılamak bize düşer” (Turuncu, 2006 (35): 75).*

Anneliğin kadının esas görevi olduğu, her şeyden daha önemli olduğu vurgulanmakta ve daha önce de belirtildiği gibi kadının kimliği annelik çerçevesinde temsil edilmektedir.

### **2.3.2.3. Evlilik**

Turuncu dergisinde evlilik konusu ile ilgili 5 yazıda da temalar kadın erkek arasındaki farklılıklardan kaynaklanan sorunlar, geçmiş ve günümüzdeki evlilikler arasındaki farklılıklar, tüketim alışkanlıklarının olumsuz etkileri ve iyi bir evliliğin nasıl olması gerektiği temaları üzerine kurulmuştur. Evlilikte kadın ve erkek cinselliği ya da yaşanan cinsel sorunlar gibi konulara hiç değinilmemiştir. Derginin genelinde cinsellik konusuna yer verilmemesi kadının cinselliğinin yok sayıldığını göstermektedir.

Evliliğin çaba, gayret, sabır ve eğitim istediği üzerinde durulmakta, fedakarlık ve sabretmenin günümüzde unutulması eleştirilmektedir. Eşin ahretteki yeri belirleyen ve kişinin kaderi olduğu savunulmakta, geçmişte ve günümüzde evliliğe bakış açıları karşılaştırılmaktadır.

Geçmişte evliliğe bakışın “Gelinlikle çıktığın eve kefenle dönersin”, “Ayrılık şerefsizliktir” çerçevesinde olduğu vurgulanmaktadır. Günümüzde ise “Sakın çekme, geçinemezsen bırak gel”, “Gidebildiği yere kadar, ölene kadar değil” anlayışının hakim olduğu belirtilmekte ve bu durum eleştirilmektedir.

Evlilikte aşk yerine bağlılığın önemine vurgu yapılmakta, fedakarlığın önemli olduğu ve yapılan fedakarlıkların yuva için yapıldığının unutulmaması gerektiği üzerinde durulmaktadır:

*“Boşanma dillerin tespiti, duası. Fedakarlık, sabır unutulmuş şeyler. Evlilikleri sürdürme çabası yok. Eşler de birbirine güvenmiyor. Güven olmayınca, saygı ve sevgi düenden terk ediyor yuvayı” (Turuncu, 2005 (21): 45-46).*

İyi bir evlilik için; “Ben” yerine “Biz” anlayışının geçerli olması gerektiği, “kullanma” yerine “paylaşım”ın hakim olması gerektiği üzerinde durulmaktadır. “Taş fırın”, “Light” gibi ifadeler yerine “Beyefendi” ifadesinin kullanılması gerektiği, “bireysel özgürlükçü bayan” yerine, “ailece özgürlüğü benimseyen hanımefendi” olmanın önemi, sevgiyi öldüren emirler yerine, sevgiye yol açan ricaların olması gerektiği, “kızdım ve içime gömdüm yerine”, “açık iletişim” kurmak gerektiği vurgulanmaktadır.

Kadın ve erkek arasındaki farklılıklar üzerinde durulmaktadır. Kadının erkeğe bu farklılıkları göz önünde bulundurarak davranması gerektiği savunulmaktadır. Kadının sonuca ve sonuca giden yoldakilere odaklandığı, erkeğin ise sonuca odaklandığı; kadının birden çok işe odaklanabileceği, ancak erkeğin tek bir işe odaklanabileceği; kadının stres durumunda konuştuğu erkeğin ise sustuğu belirtilmektedir (Turuncu, 2005 (21): 46-47).

Evlilikte aşkın tükenmesinin nedenleri olarak; “evim olsun” “arabam olsun” “mağazadaki güzel kazaklar benim olsun” anlayışının yer aldığı belirtilmektedir.

Bu bağlamda tüketim konusu ele alınırken vurgulanan ve eleştirilen hususların evlilik konusunda da karşımıza çıktığı görülmektedir:

*“Evimiz yoksa bir de evimiz olsun isteriz. Bir araba? Tabi ya ne iyi olur değil mi? Mağazada gördüğümüz güzel kazaklar, üstümüze giysek hiç fena olmayacaktır. Onu isteriz, bunu isteriz. Bir şeyleri tüketmeye çalıştıkça, bir şeylere sahip olmaya çabaladıkça, kendimiz tükeniriz. Çünkü onlara sahip olmak için aşkı küçük görmeye başlarız. Artık, ‘Aşk karın doyurmuyor’ diye düşünüyoruz” (Turuncu, 2006 (36): 19).*

Turuncu dergisinin evliliğe bakışı fedakarlık, birbirini anlama (daha çok kadının erkeği gibi anlaması) üzerine kurulmuştur. Kadının cinselliğinden söz edilmemekte, daha sonra da üzerinde durulacağı gibi kadının cinselliği sağlıklı ilişkilendirilmektedir.

#### **2.3.2.4. Kadın Erkek İlişkileri**

Turuncu dergisi’nde incelenen kadın-erkek ilişkileri konulu 12 yazıda da kadın erkek ilişkileri evlilik çerçevesinde ele alınmaktadır. İki sevgili ya da beraber yaşayan çiftlerin değil “karı-koca”nın ilişkilerinden söz edilmektedir.

Öncelikle kadının ve erkeğin kendi rollerine uygun davranması gerektiği vurgulanmaktadır. Yani kadının “kadın gibi olması” yani hanımefendi olması gerektiği erkeğin de eski İstanbul beyefendileri gibi olması gerektiği savunulmaktadır. Kadının erkeğin rolünü elinde almaya çalışmasının yanlış olduğu belirtilmektedir. Kadının erkek karşısında ya ezilmiş, bıkmış ve boş vermiş bir halde olduğu ya da “her şeyi ben yapabilirim” havasında erkeğe rakip olduğu ve her ikisinin de yanlış olduğu vurgulanmaktadır:

*“Bence evlilikte mutluluk için en çok; insanların yaratılıştan getirdikleri değerleri, cinsiyetlerinin gereğini yaşamaları gerekiyor. Topluma bakıyorum, kadınlar kadın gibi, hanımefendi olamıyor. Ya evindeki fiziki ya da psikolojik şiddetin etkisiyle hanımlığını yitirmiş, ezilmiş, bıkmış, boş vermiş. Ya da işinde, erkek egemen bir dünyada cinsiyetinin naipliğinden uzak erkekvari bir tarzda yaşamını sürdürüyor. Hanımın, hanım olabilmesi için,*

*onu anlayan, beylerin, ‘İstanbul beyefendilerinin olması gerekir’ desem feminist olur muyum? Bilmem! O zaman: ‘Erkeklerin görevlerini elinden almak için uğraşan bu kadar kadın varken, sanki erkeklesince eline bir şey geçecekmiş gibi çabalayıp, sertleşirken size nasıl hanım gibi davranalım?’ diyen erkekler çıkar eminim karşıma” (Turuncu, 2005 (24): 47-48).*

Erkeğin evin geçimini sağladığı, bu yüzden omuzlarında ağır bir yük taşıdığı üzerinde durulmaktadır. Erkek, her şeyden sorumlu olduğu için bunaldığında elinin altındaki kadına çatmaktadır, yani şiddete başvurmaktadır. Ancak daha sonra pişman olmakta ve kadın da erkeği affetmektedir:

*“İlk kavga...Adamın hayatı eskisi gibi değildir. Ne o hevesli delikanlıdır ne de kadın neşeli kız. Mutlu aile tablosuna ay sonunun getirilmeye çalışıldığı maaşlar, çamaşır makinesi taksiti, kredi kartları, elektrik-su-telefon faturaları, her ay zam gelen mutfak masrafları girmiştir, apartmanın aidatı, doğalgaz parası, ertelenen hayaller, ailelerin beklentileri...Tüm bunlarla baş etmeye çalışır erkek, kadınla birlikte ama evin reisi olduğunu düşündüğü için onun omuzları yere biraz daha yakındır. O halletmelidir. Hayat Bilgisi derslerindeki çekirdek aile bundan ibarettir işte. Madem bize hayatı öğretmek istiyorlar. Çekirdek ailenin fertlerinin yanında o insanların nasıl hayatta kalacağını da öğretseler ya. Neden öğretmiyorlar Hayat Bilgisi derslerinde üç kuruşluk maaşla nasıl geçinileceğini...” (Turuncu, 2005 (23): 62-63).*

Kadının çocuğu için her şeye katlandığı ve mutlu aşkın kolay, mutlu sonun ise zor bulunduğu üzerinde durulmaktadır (Turuncu, 2005 (23):61).

Kadının ilişkide rolünün nasıl olması ve olmaması gerektiği tartışılmaktadır. Kadının “erkeğin rolünü elinden almaya çalışan”, “cengaver” olmaması gerektiği üzerinde durulurken, “her şeye razı olan”, “suskun” ve “kendi adına karar veremeyen” de olmaması gerektiği vurgulanmaktadır. Kadının “hanımefendi” olması gerektiği savunulmaktadır. Ancak bu “hanımefendi”liğin nasıl olacağına ilişkin net bir tanım da yapılmamaktadır:

*“Ana rahmi suskun mekan, susmanın tarihçesi böyle başladı, doğumla susturulan an ve bir kız çocuğu oldu uzun uzadıya sessizlik. Kulaktan kulağa fısıltı bilen, bilmeyen, hisseden, gören ve geleneksel söz oldu her uzun sessizlikte, biri kız doğurdu demek. Biri kız doğurdu ve susturuldu ve ona ilk öğretilen susturulmak. Kadın çocuğu aldı ve kadına verdi emzir şunu da sussun!! Sustur ki edepli olsun, sustur ki adaplı olsun, sustur ki saygılı olsun, sustur ki ses yok olsun, sustur ki boynu kıldan ince olsun, sonra her şeye razı olsun” (Turuncu, 2005 (25): 30).*

Turuncu dergisinde kadın erkek ilişkileri konusunun evlilikteki kadın erkek ilişkileri bağlamında değerlendirildiğini söylemek mümkündür. Çünkü sıklıkla ailenin ve yuvanın kutsallığı üzerinde durulmaktadır. Kadının fedakarlığı ve çocuğu için her şeye katlanabileceği üzerinde durulması da kadının annelik rolünün pekiştirildiğini göstermektedir. Erkek ile ilişkisinde kadının ne bağımsız ve özgür olması ne de her şeye razı ve suskun olması savunulmaktadır. Kadının “kadın gibi olması” yani hanımefendi olması gerektiği vurgulanmaktadır. Böylece kadının kendi rolüne uygun davranacağı ve bunun da önemli olduğu belirtilmektedir. Yani derginin kadın erkek ilişkilerine bakışının geleneksel bir yaklaşım içerdiğini söylemek mümkündür.

#### **2.3.2.5. Kadına Dayatılan Roller**

Kadına dayatılan roller konusu ile ilgili olarak incelenen 7 yazıda kadına dayatılan farklı rollerin yoruculuğu ve kadın- erkek farklılıkları temaları üzerinde yoğunlaşmaktadır. Kadın olmanın zor, erkek olmanın ise kolay olduğu vurgulanmaktadır:

*“Aslında elmalarla armutlar toplanmaz diye öğretmişlerdi bize. Ama bir günün ya da bir ömrün içinde birinin kızı, birinin ablası, birinin karısı, birinin annesi, birinin öğretmeni, birinin çalışanı, öğrencisi olurken yaptığımız elmalarla armutları toplamak değil de nedir? Anne olmak için işten ayrılmak, yüksek lisans yapabilecekken, ‘kocam önce yapsın, ben sonra’ diye vazgeçmek, hem tezini hem yemeğini yetiştirmek, çocuklarımı ihmal ediyorum diye vicdan azabı çekmek...” (Turuncu, 2005 (27): 28).*

Erkek olmanın ise kolay olduğu vurgulanmaktadır. Çünkü erkeklerin rollerinin kapıda başlayıp bittiği ve her zaman “şimdi seninle uğraşamam, işim başımdan aşkın” bahanesi olduğu belirtilmektedir.

Kadın için başrolün annelik olduğu ve kadın olmanın emek, özveri, parçalanmışlık anlamına geldiği üzerinde durulmaktadır:

*“Elbette kadın açısından bu rollerin hepsi aynı kat sayıya sahip değildir, hayata etkileri ve sizden bekledikleri birbirinden dağlar kadar farklıdır. Bu geniş rol seçeneği içinde, pek çok kadın için başrol hiç şüphesiz anne olmaktır” (Turuncu, 2006 (34): 13).*

Kadının hem iş hayatında yer alması, hem ev hanımı hem de anne olmasının çok zor olduğu üzerinde durulmaktadır. Kadının kendisine sunulan rolleri başarıyla oynayabilmek için büyük gayret sarf ettiği vurgulanmaktadır:

*“Akşama yemek yetiştirilecek, bulaşık makinesindeki temizler boşaltılacak, kirli çamaşırlar yıkanacak ve hemen yanı başında bekleyen ütü yapılacak. Dağınıklıktan hoşlanmıyoruz, ortalık toplanacak. İnşallah akşama sürpriz bir misafir gelmez bugün. Ağzımı açacak mecalim kalmıyor çoğu zaman. Market alışverişi de henüz yapılmadı. Yarına yetişmesi gereken raporlar çalışma masasında beni bekliyor. On ikiye doğru işlerimi yoluna koyarsam bilgisayarın başına oturacağım. Kendime vakit ayırmayalı ne kadar zaman oldu bilmiyorum. Ama her şeye rağmen dört gözle seni bekliyoruz bebeğim” (Turuncu, 2005 (32): 65).*

Kadın ve erkek arasındaki farklılıklar kadının ve erkeğin bazı kavramlara bakışının farklılığı üzerinden kurulmaktadır. Kadının ve erkeğin komşuluk ve akrabalık gibi kavramlara bakışının farklı olduğu vurgulanmaktadır. Komşuluğun, kadın için yardımlaşmak, eksiği olunca istemek, sabah kahve içmek anlamına geldiği; erkek için ise apartman toplantılarından ibaret olduğu belirtilmektedir. Akrabalığın ise, kadın için sorumluluk ve iyi ilişkiler kurma anlamına geldiği, erkek için ise kan bağı ve hukuksal bir sözleşmeden ibaret olduğu vurgulanmaktadır (Turuncu, 2006 (34): 12-13).

Kadına dayatılan roller konusu kadının yerine getirmek zorunda olduğu farklı rollerin kadını çok fazla yorması bağlamında ele alınmaktadır. Ancak kadın olmanın zaten parçalanmışlık duygusu anlamına geldiği vurgulanarak, bu durumun kabullenilmesi gerektiği savunulmaktadır.

Bu bağlamda hem bir eleştiri hem de bir boyun eğme söz konusudur. Annelik konusu incelenirken üzerinde durulduğu gibi kadının en önemli rolünün annelik olduğu kadına dayatılan roller konulu yazılarda da karşımıza çıkmaktadır.

### **2.3.2.6. Kariyer**

Kariyer konusu ile ilgili olarak derginin incelenen sayılarındaki tek yazıda kadının kariyer sahibi olmasının ve “başarılı iş kadını mükemmelliği” ne sahip olmasının kadının isteklerini gerçekleştirememesi ile yani iş yeri ve ev işleri arasında soluk alamaması ile mümkün olacağı üzerinde durulmaktadır.

*“Modern zamanların kimi zaman baştan savma bir savunmayı andıran, kimi zamansa arada kalmışlığın üzüntüsünü ve çıkmazını bünyesinde barındıran ‘Ben ev kızı/kadını değilim!’ cümlesini duymamış olanınız var mı?..Eski/yeni, hayal/gerçek çatışması diyebileceğimiz bu cümle okuyan kızın savunması olarak görülebilse bile çalışan kadının üzüntüsü olmuştur çoğu kez. İşyeri ve ev işlerinin altında soluk alamayan ‘başarılı iş kadını’ mükemmelliğini isteklerini yapamadığı geçmişine ve umutlarını ertelediği bugününe borçludur” (Turuncu, 2005 (23): 29).*

Ayrıca, günümüzde modern yaşamın dayattığı başarılı olma anlayışı da eleştirilmektedir:

*“Başarıyı okumak ve çalışmak, eşinizin başarılı olması için her şeyi üzerinize almak, çocukların karnelerini kendi başarınız saymak, malı mülkü bol bir hayat sürmek gibi kırmızı kalemle yıllardır yazılmış birkaç maddenin altında ararsak, birilerine göre başarısızlıklarla dolu ya da yaşanmamış güzelliklerin ardından ah edilesi bir hayat sürdüğümüzü görmemiz işten değil!” (Turuncu, 2005 (23): 29).*

Turuncu dergisi'nde kariyer konusu günümüzün dayatmacı başarı anlayışının eleştirisi bağlamında ele alınmaktadır. Kariyer konusu ile ilgili olarak kadına dayatılan roller ve çalışma hayatı başlıklı konularda da benzer temaların ele alındığı görülmektedir.

### 2.3.3. Öne Çıkan Diğer Temalar

#### 2.3.3.1. Köy – Şehir

Turuncu dergisi'nde incelen köy-şehir ayrımı konulu 9 yazıda pek çok farklı tema karşımıza çıkmaktadır. Ancak bunlar arasında en önemlisi köyde yaşayan kadın ile şehirde yaşayan kadın ayrımıdır:

*“Yorulur köy kadınları; inek sağmaktan, tarlada çalışmaktan, yün örmekten, süt kaynatmaktan, su taşımaktan...Yorulur mu ya da yorulsa bile bir gün ‘of’ der mi? Demez. Bütün hayatı sabah kalkıp işe gitmek gelince bir iki yemek pişirip, makineye çamaşırları, bulaşıkları yıkamak olan ama buna rağmen sürekli yorgunluk ve uykusuzluktan şikayet eden, hiçbir şeye vaktin yetmediğinden yakınan şehirli kadınların aksine köy kadınları bir güne o kadar çok şey sığdırır ki. Hiçbir işini aksatmaz, üşenmez, iş çok olunca strese psikolojik bunalımlara girmez, zaten stresin ne demek olduğunu da bilmez” (Turuncu, 2005 (31): 12).*

Köy kadını ile şehir kadını arasında hamilelik ile ilgili olarak da büyük farklılıklar olduğu vurgulanmaktadır:

*“Hamilelik dönemlerini köyde kadınlar hiç de şehirdekiler kadar zor geçirmez. Ne çektiği acılar için kocasına şikayet eder, naz yapar, ne de çocuğa bir şey olmasın diye elini sıcak sudan soğuk suya değdirmez. Hamileyken hayat eskisi gibi devam eder köyde. Aşerme, her ‘of’ dediğinde doktora taşınma, hamile psikoloji ve egzersiz programlarına katılma gibi durumlar çok uzaktır onlar için” (Turuncu, 2005 (31): 12).*

Köy çocukları ile şehir çocukları arasındaki farklar da işlenen diğer tema olarak karşımıza çıkmaktadır. Köy çocuklarının daha saygılı olduğundan, şehir çocuklarının ise daha ukala olduğundan söz edilmektedir (Turuncu, 2005 (31): 21-22).

*“Köyde çocuk olmak kirlenmemiş bir dünyada hayatı geçirmek, hayattan çok şey beklememek, daha fazlasını istememek, büyüyünce yaralanmamak, yaralanmayacak kadar güçlü ve temiz bir içe sahip olmak demek. Mevsimlerin, doğanın, yaşadığının farkında olmak demek köyde çocuk olmak.” (Turuncu, 2005 (31): 30).*

Köy şehir ayrımı aslında geleneksel olan ile modern olan ayrımını da temsil etmektedir. Yine modern yaşama yönelik bir eleştiri yapılmakta ve bunun karşısına köy yaşamı konulmaktadır. Kadın da bu bağlamda değerlendirilmekte, kadın geleneksel roller çerçevesinde temsil edilmektedir. Köyde yaşayan kadın ile şehirde yaşayan kadın kıyaslanmakta şehirde yaşayan kadın eleştirilmekte, şehirli kadının sorunları önemsiz ve değersiz olarak nitelendirilmektedir.

#### **2.3.3.2. Çalışma Hayatı**

Çalışma hayatı konusu ile ilgili olarak incelenen 4 yazıda çalışan kadının yaşadığı sorunlar ve zorluklar temaları üzerinde durulmaktadır. Kadının ev işleri ve işyeri arasında mekik dokumakta zorunda kalması sonucu yıprandığı vurgulanmaktadır. Kadının iş hayatında yer almaması gerektiği gibi bir düşünce savunulmamaktadır. Ancak çalışan kadınların ailelerine zaman ayıramaması da eleştirilmektedir.

Çalışan kadınların ütü yapmakla, sevdiği diziyi izlemek arasında; dinlenmekle, çorba kaynatmak arasında kaldığı yani her zaman arada kaldığı ve çocuklarına gereken zamanı ayıramadığı vurgulanmaktadır:

*“Üç aylıkken kreşlere teslim ettiğimiz çocuklarımıza doyamadan işbaşı yaptık. Onların ilk kelimelerini öğretmenlerinden önce duyamadık, dişleri biz fark ettiğimizde çoktan çıkmıştı, yürümeyi biz yokken öğrendiler. Biz işimizde hızla yükselirken, onlar hızla büyüdü. Okul çıkışlarında almaya gidemedik. Servislerin soğukluğuna, sandviçlerin ruhsuzluğuna teslim ettik” (Turuncu, 2005 (32): 45).*

Kadının iş hayatında başarılı olmasının ailesini ihmal etmesi, onlara ayırması gereken zamanı ayırmaması ile mümkün olabileceği savunulmakta ve günümüz kadını eleştirilmektedir. Günümüz kadınının evinin annesi kadar temiz ve düzenli olamadığı gibi, filmlerde evine her gün temizlikçi gelen kadınlar gibi de olamadığı vurgulanmaktadır:

*“Çalışan kadınlar araftadır hep. İşi de evi de aynı zamanda idare etmeye çalıştık. Çocuğumuzu okula yollarken, toplantı notlarını hazırladık. Bilgisayar başında yazı yazarken, kuru fasulyeyi nasıl pişireceğimize karar verdik. Ama evimiz annemizinki gibi sütçünün geldiği günler yanık yanık süt kokmadı, ozon kokmadı haftalık temizliklerde, çocuğumuz geldiğinde evde olmadık, çorba yaptıysak salata yapmadık, ya da tatlı yaptıysak hoşaf...” (Turuncu, 2005 (32): 45).*

Çalışan kadının yaşadığı bu sıkıntılar karşısında erkeğin de eve geldiğinde huzur istediği, iş hayatının geride kalmasını istediği belirtilmektedir. Erkek çocuğun annesinin hep evde olduğunu, yemek yaptığını, evin temiz olduğunu görerek büyüdüğü, evlendiğinde ise eşi çalıştığı için eve geldiğinde devamlı dağınık ve boş bir evle karşılaştığı bu nedenle huzur bulamadığı vurgulanmaktadır.

*“Tozlanmış televizyon, sabah aceleyle çıkıldığı için dağılmış ortalık, mutfakta kurumuş kahvaltılıklar, akşamın açık perdelerden görünen gri yüzü, erkeğe annesinin evinde kalan sıcaklığın bir daha geri gelmeyecek eski bir çocukluk anısı olduğunu hissettirir” (Turuncu, 2005 (32): 49).*

Aslında kadının çalışmaması gerektiğine dair doğrudan bir söylem dergilerde yer almasa da aslında çalışma hayatının pek de kadına göre olmadığı görüşüne yakın bir duruş sergilenmektedir. Çünkü kadının çocuğu, eşi ve evi ile ilgilenmesinin zaten onun görevi olduğu ön kabulü vardır.

Kadının iş hayatında yaşadığı sorunlardan, başörtülü kadınların iş hayatında yaşadığı sorunlar olarak söz edilmektedir; Başörtülü kadın iş hayatında sömürülme, mecburiyet nedeniyle boyun eğme, hakkını alamama, dışlanma ve hor görülme gibi sorunlar yaşadığı üzerinde durulmaktadır:

*“Sıkıntılarla okuyan başörtülü genç kız, hazır iş bulmuşken bunun acısını çıkartırcasına canla başla çalışırken, yanında çalışan bir başka, rahat davranışlar içinde olan mesai arkadaşının daha itibar gördüğünü, tüm iş seyahatlerine ve mesleki gelişimi sağlayacak seminer, konferans gibi olaylara onun dahil olduğunu gördükçe, kendisinden mümkün oldukça daha az ortalarda görülmesi istendikçe, motivasyonu azalmaya ve güveni sarsılmaya başlıyor. Gün geçtikçe sömürüldüğünü hissediyor” (Turuncu, 2005 (32): 71).*

Turuncu dergisi’nin kadının çalışma hayatında yer almasına bakışı, kadının ailesini ve evini ihmal etmeden çalışmasına yöneliktir. Yani kadın kendisine “uygun”, eşine ve çocuklarına zaman ayırabileceği ölçüde çalışabilir. Kadının çalışması nedeniyle yaşadığı sorunlar üzerinde durulması ve çalışma hayatında yalnızca başörtülü kadınların sorunlarına yer verilmesi de aslında derginin bu konuya bakışını özetler niteliktedir. Çünkü, yalnızca başörtülü kadınlar değil, iş hayatında pek çok kadın bu ve benzer pek çok sorunla karşı karşıya kalmaktadır.

### **2.3.3.3. Savaş**

Turuncu dergisi’nde incelenen 8 yazıda savaş konusunun ele alınma biçimi, tanımlanan emperyal güçlere, karşı-hegemonik bir mücadele ekseninde şekillenmektedir. Doğu-Batı karşıtlığı savaş konusunda karşımıza çıkmakta ve bu bağlamda modernizm eleştirisi konusu ile de örtüşmektedir:

*“Savaşın üzerinden bunca yıl geçmesine rağmen hala toplu mezarlar bulunmakta ve Sırp vahşeti dünyaya duyurulmakta. Bu facianın faillerinin ne olduklarını merak ederseniz diyor Refik Erduran kitabında; anlı şanlı batı yöneticileri onların hiç değilse elebaşlarının yakalanıp hesap verecekleri vaadleri yazılı, damgalı, afişli imzalı anlaşmalara bağlamışlardı. Oysa, yakalanmaları bir yana, bugün hepsinin-evet hepsinin- bir eli yağda, bir eli balda. Vur patlasın, çal oynasın sefa sürmekte..” (Turuncu, 2005 (28): 45).*

İnsanların bakışlarını; Amerika, imaj dünyası ve televizyon yerine Bosna'ya çevirmesi gerektiği, çünkü Bosna'nın Hristiyan denizinde bir Müslüman ada ve Avrupa'nın ortasında bir İslam abidesi olduğu vurgulanmaktadır. Ancak tüm Batı'nın Bosna'yı imha etmeye çalıştığından söz edilmektedir:

*“Bakışlarınızı televizyonlara, Amerika'ya, imaj dünyalarına değil de kendi içinize ve Srebrenica'ya çevirdiğinizde batının tüm Bosna'yı; camisi, çoluğu-çocuğu ve yaşlısıyla temellerinden kazıyarak imha hareketine girdiklerini görüyorsunuz. Soykırım, acımasız insanlık dışı vahşet orada, her şey ortada.” (Turuncu, 2005 (28): 49).*

Lübnan'da, Filistin'de Somali'de ve Irak'ta Batı'nın zulmünün (savaş) yaşandığı ve bu savaşta çocukların öldüğü üzerinde durulmaktadır:

*“Sen tek başınaydın çocuk. Medya devleri televizyonlardan oturma odalarımıza akıtırken kanını ya da havai fişek gösterisi gibi üzerine yağın bombaları, sen bir yerlerde tek başınaydın. Belki yağın bombaların vurduğu babanın yanında, belki eteğinin dibi hızla soğumakta olan annenin kucağında. Belki de çocuk, çatlarcasına ağlıyordu annen, seni tutarken kollarında. Kısa kollu tişört, altta pantolon, sımsıkı kapatılmış tülbendinle dönerken camideki kurstan vuruluverdin belki birden, adını, yaşını, anılarını hiç bilmeyen bir katil tarafından. Çocuk, biliyorum hep tek başınaydın Lübnan'da, Filistin'de, Somali'de, Irak'ta. Hep sana denk geldi mermiler...” (Turuncu, 2006 (40): 19).*

Savaşın, yaşamın en acımasız yüzü olduğu vurgulanmaktadır: “Savaş, en acımasız yüzüdür yaşamın. Yoktur maskesi...Gazze'de küçük bir çocuk soruyor annesine, ‘Anneciğim, küçük çocukları küçük kurşunlarla mı vuruyorlar?’ siz olsanız ne cevap verirdiniz?” ” (Turuncu, 2006 (40): 22).

Savaşın artık bitmesi gerektiği ve savaşı savaşanların değil, savaşmayanların bitireceği vurgulanmaktadır:

*“Haber bültenlerini boğazı düğümlenerek kaç kişi seyrediyor acaba? Yoksa, kim ne nerede tatil yapıyor, selülitleri ne durumda vs...gibi dedikoduları sahilde seyredip neşelenmek mi insanların işine geliyor? Bu böyle olmamalı. Yaşadığımız çağın gereği diyalog, karşılıklı anlayış ve empati olmalı” (Turuncu, 2006 (40): 23).*

İncelenen yazılarda savaş konusu Batı'nın zulmü olarak ele alınmaktadır. Yaşanan acılara, tepkisiz kalınması eleştirilmektedir. İnsanların Batı'nın zulmüne tepki göstermek yerine kendilerini güldüren ve rahatlatan konulara ilgi gösterilmesine karşı çıkılmaktadır.

#### 2.3.3.4. Azınlıklar (Ötekileştirilenler)

Turuncu dergisi'nde incelenen 6 yazıda azınlıklar konusu ele alınırken azınlıklardan kastedilen, yalnızca bir ülkede yaşayan ve sayıca az olan insanlar değil, modern dünyanın egemen ideolojisinin dışarıda bıraktıklarıdır. Karşıtlıklar da bu bağlamda kurulmakta yine modernizmin kabul ettikleri ve ötekileştirdikleri ayrımı yapılmaktadır.

Modern dünyanın egemen ideolojisi farklı ses ve görünürlere tahammülsüz olduğu vurgulanmaktadır. Modern dünyanın ötekileştirdiği azınlıklar; “zenciler”, “güzel olmayanlar”, “şehirli olmayanlar”, “zengin olmayanlar” olarak tanımlanmakta ayrıca Afganistan'da, Keşmir'de, Çeçenistan'da, Filistin ve Irak'ta katledilenlerin de ötekileştirilenler arasında yer aldığı belirtilmektedir (Turuncu, 2005 (32): 11).

Yoksullar ve sokaklarda yaşayanlar da azınlık ve modernizmin dışladıkları olarak nitelendirilmektedir:

*“Modernizmin yoksul çocukları evlerinde değiller artık. Onlar buz kesmiş sokaklara emanet ediliyorlar. İzbe evlerine bir teselli götürmek için sabahdan akşama sokakları turluyor, gelenin geçenin yakasına yapışıyorlar, hakları varmış gibi, hesap soruyorlarmış gibi. Sokaklar çocukları fena büyütüyor, fena halde büyütüyor. Sokaklar döve döve adam ediyor bu çocukları. Darbeler ağır, kaldırımlar sert” (Turuncu, 2005 (32): 15).*

Modern dünyanın yurtsuzları ise ülkelerinden ayrılan mülteciler olarak nitelendirilmektedir. (Çeçenistan'dan Türkiye'ye kaçanlar). Mültecilerin sığındıkları ülkelerde emanet olarak görülmeleri gerekirken, yük ve sığıntı olarak görülmeleri

eleştirilmektedir. Burada Türkiye'nin mültecilere uyguladığı politikalar da eleştirilmektedir:

*“Çeçenistan'dan çeşitli yollarla gelen mülteciler yıllardır Türkiye'deler. Yıllardır hem vatanlarını özlemekte, hem de buradaki hayatın içinde hayata tutunmaya çalışmaktalar. İstanbul'da Beykoz'da ısınma problemi olan üç katlı rutubetli bir binada, yine rutubetli kulubelerden oluşan Fenerbahçe kampında ve Ümraniye'de kalanlar diğerlerine nispeten daha iyi yaşam şartlarına sahipler” (Turuncu, 2005 (32): 24).*

Aynı zamanda Dedeagaç ve Gümölcine'de Türk azınlıklar ve yaşadıkları sorunlardan da söz edilmektedir:

*“Öyle büyük çifte standartlar var ki, sıralamakla bitmez. Ayrıca şunu da vurgulamadan geçemeyeceğim; azınlık Türklerine ait araziler devlet tarafından sürekli kamulaştırılmakta...Ve bu yolla ellerinden toprakları gasp edilmekte...Daha düne kadar evlerinin çatı onarımına dahi izin vermeyen yönetim, çok sayıda soydaşımızı göçe zorlamıştır” (Turuncu, 2005 (27): 41).*

Türk azınlıkların yaşadığı Dedeagaç ve Gümölcine hüznölü ve garip bir kent olarak nitelendirilmektedir. Burada Osmanlıca yazıları olan saat kulelerinin kapatıldığından, camilerin yıkılmış olduğundan, Türk ibareli tabelaların kaldırıldığından söz edilmektedir:

*“Sabahın ilk ışıklarıyla uyanıyoruz, göstermelik olarak bırakılan birkaç eseri dolaşıyoruz, Osmanlıca yazılı olan saat kuleleri itina ve özenle kapatılmış kimseler görmesin diye. Bir gecede yıkılmış camiler, bir kararla kaldırılmış Türk ibareli tabelalar, yirmi yıldır AB'ye üye ülke Yunanistan'da” (Turuncu, 2005 (27): 40).*

Azınlıklar konusu daha önce de üzerinde durulduğu gibi Batı'nın işgalci politikalarını eleştiren bir tavırla ele alınmakta ve egemen ideolojinin dışarıda bıraktığı herkes azınlık olarak değerlendirilmektedir. Modern dünyanın egemen ideolojisi eleştirilmekte, azınlıklar “modern dünyanın yurtsuzları” olarak nitelendirilmektedir.

## 2.4. Genel Değerlendirme

Bulguları değerlendirdiğimizde Turuncu dergisi'nin 22 sayısında yer alan tüm yazıların konularına ve türlerine göre incelenmesi sonucunda en fazla yer verilen konunun toplam 32 adet yazı ile modernizm eleştirisi olduğu, en az yer verilen konunun ise 1 yazıyla kariyer konusu olduğu tespit edilmiştir. Modernizm eleştirisi konusunu toplam 24 adet yazıyla güzellik konusu takip etmektedir. Ele alınan bu konuların türlerine göre dağılımına baktığımızda ise her bir konuyla ilgili olarak en fazla deneme türünde yazıların, en az ise araştırma yazılarının incelenen dergilerde yer aldığı tespit edilmiştir.

Dergide ele alınan her konuda Batı'nın (Amerika) dayatmacı ve tektipleştirici politikalarına karşı çıktığı ve her konunun bu bağlamda ele alındığı görülmektedir. Modernizm ve tüketim kültürü karşısına geleneksel değerler konulmakta ve geleneksel olan yüceltilmektedir.

Dergide kadının annelik ve eş olarak rollerinin önemi üzerinde durulmakta, kadının çalışma hayatında yer alması, eşini çocuğunu ve evini ihmal etmemesi koşuluyla, kabul edilmektedir.

Dergide kapitalizmin dayatmacı güzellik anlayışı eleştirilmekte kadının tüketim nesnesi haline getirilmesine karşı çıkmaktadır. Bu bağlamda Turuncu dergisi yerleşik kadın dergilerinde kurulan temsillerden çok farklı bir bakış açısı sergilemektedir. Çünkü iç güzellik ve dış güzellik ayrımı yapılmakta, iç güzelliğin önemine değinilmektedir. Ancak kadının annelik, eş rollerine yapılan vurgu ve kadının cinselliğinden hiç söz edilmeden bunun sağlıklı bağdaştırılması Turuncu dergisinde de kadının temsiline sorunlu olmasına neden olmaktadır.

Geleneksel değerlere yapılan vurgu kadının kimliğinin de daha geleneksel biçimde temsilini beraberinde getirmektedir. Elbette nitel analiz bulgularını değerlendirdiğimizde “kadının erkeğin dizinin dibinde oturması gerektiği” gibi bir yargıya varılamaz ancak kadının çalışma hayatı ile ev işleri ve zorunlulukları arasında kaldığı ve çok yıprandığı üzerinde durulmaktadır. Kadının hayatta pek çok rolünün olduğu ancak başrolün annelik olduğu vurgusu, kadının anne olduğunda çocuğu için evlilikte yaşadığı sorunlara katlanması, kadının fedakar oluşuna yapılan vurgu derginin geleneksel duruşunu sergilemektedir.

## SONUÇ

Egemen söylemlerin sık sık dolaşıma sokulduğu ve yeniden üretildiği en geniş alan olan medyada hemen her şey kolayca tüketim nesnesi haline dönüşebilmektedir. Medyada kadınlarla ilgili her alanda egemen cinsiyetçi söylemin hakim olduğunu söylemek mümkündür. Erkek egemen ideoloji işlerken başat tanımlamaları doğallaştırmakta ve kadınların ikincil konumu medya dolayısıyla yeniden kurulmaktadır.

Medyada kadın, iyi bir eş, iyi bir anne olarak sunulur. Kadın çalışma hayatının bir parçası olsa dahi, kendisinden beklenen rolleri başarıyla yerine getiren, evinde yemeğini pişiren, temizliğini yapan, çocuklarıyla ilgilenen her zaman güzel ve bakımlı kadın görünümündedir. Kadının bu rolleri başarıyla yerine getirmesi için tüketmesi gerektiği mesajı kitle iletişim araçlarında sıklıkla tekrarlanmaktadır. Kadının evini en iyi temizleyecek deterjanı satın alması, en lezzetli yemekleri pişirebileceği yağı kullanması, en genç ve güzel olmasını sağlayacak kremlerden alıp, erkekleri büyüleyebileceği parfümü satın alması gerektiği vurgulanmaktadır.

Kadınların tüketime teşvik edilmesinde kullanılan yöntemlerden biri de popüler nitelikli kadın dergileridir. Popüler kadın dergileri, kadınların kapitalizmin en önemli tüketim nesnesi haline dönüştürüldüğünün kanıtıdır. Bu süreç 1980’lerde başlamış ve bu tarihten itibaren Türkiye’de kadın dergisi sayısı hızla artmıştır. Popüler kadın dergilerinde erkek egemen cinsiyetçi söylem pekiştirilmekte ve kadınlar bu söylem dahilinde oluşturulan “mükemmel kadın” imajına ulaşmaları için tüketime teşvik edilmektedir. Yerleşik kadın dergilerinin kadınlara verdikleri tavsiyeler doğrultusunda yayınladıkları reklamlar, bu dergilerin tüketimle olan ilişkisini göstermektedir.

Farklılıkların temsiline ise ne popüler kadın dergilerinde ne de medyada yer verildiğini söylemek mümkün değildir. Farklılıklar medyada yer alsa bile “ötekileştirilerek” kurulmaktadır. “Öteki” olarak temsil edilen kadına ise genellikle olumsuz bir takım nitelikler atfedilmektedir. Geleneksel temsil kalıpları dışında yer alan mesleğinde başarılı, idealist kadınlar marjinal ya da “kötü kadın” olarak medyada temsil edilmekte, “namuslu kadın” “kötü kadın” ayrımı yapılmaktadır. Kendini kocasına ve çocuklarına adayan, yemeğini pişiren, evini temizleyen kadın “namuslu kadın” “iyi kadın”, kariyerine önem veren, özgür, bağımsız kadın ise “kötü kadın” olarak temsil edilmektedir. Çünkü, kadının mesleğinde başarılı olsa bile eş ve anne olarak görevlerini yerine getirmekle yükümlü olduğu düşünülmektedir. Ya da kadının iş yaşamında kendisine uygun olan, ailesine daha fazla zaman ayırabileceği işlerde (öğretmen, sekreter, banka memuru..gibi) çalışması gerektiğine vurgu yapılmaktadır.

Kadın özellikle reklamlarda erkeğin bakışının nesnesi haline getirilmekte ve bu da kadının bedeni kullanılarak yapılmaktadır. Kadının şiddet eylemlerinin hedefi olarak, haber bültenlerinde ve çeşitli program türlerinde temsil edildiğini söylemek mümkündür. Medyada, genellikle kadınların şiddete maruz kalma nedenlerini meşrulaştırma ve haklılaştırma çabası vardır. Ayrıca kadınlara yönelik şiddetin haberlerde yer alma biçimi, izleyiciyi şiddetin nedenleri üzerine düşünmekten alıkoymaktadır.

İslami-feminist kadın dergisi Turuncu ise sözü edilen konulara yani kadınları tüketime yönlendirmeye ve kadın bedenini metalaştırmaya karşı, muhalif unsurlar içermektedir. Turuncu dergisinde incelenen güzellik, tüketim, annelik, evlilik, kadın erkek ilişkiler, kariyer, çalışma hayatı, kadına dayatılan roller ile modernizm

eleştirisi, manevi değerlere duyulan özlem, köy-şehir, savaş ve azınlıklar konulu yazılarda da bu muhalefetin emperyalist güçlere karşı karşıt-hegemonik bir mücadele ekseninde şekillendiği görülmektedir. Karşıtlıklar doğu – batı, geleneksel – modern üzerine kurulmaktadır.

Turuncu dergisinde güzellik kavramı ırkçılık, modernizm, tüketim temaları çerçevesinde işlenmektedir. Karşıtlıklar ise Batılı güzellik anlayışının eleştirisi üzerine kurulmakta, iç güzelliğin önemine ve değerine vurgu yapılmaktadır. Bu bağlamda tüketim konusu Turuncu dergisi'nin güzellik kavramı eleştirisi ile paralel şekilde ele alınmaktadır. Kadınların kendilerine dayatılan güzellik ölçütlerine uygun hale gelebilmek için tüketime yönelmesi ve yöneltilmesi eleştirilmektedir. Güzellik kavramı ile ilgili olarak “içimiz çirkinleştikçe dışımızı güzelleştirmeye çalışıyoruz” eleştirisi, yani iç güzellik- dış güzellik ayrımı tüketim konusunda da kendini göstermektedir. Bu kez de “içi yoksul olan dışını çok süsler” anlayışından hareket edilerek tüketim düşkünlüğü eleştirilmekte ve tüketim kadınla ilişkilendirilmektedir.

Turuncu dergisi'nde ele alınan konular emperyalist güçlere karşı karşıt-hegemonik bir mücadele ekseninde şekillenmektedir. Ancak kadının kimliğinin annelik çerçevesinde temsil edilmesi, kadının cinselliğinden hiç söz edilmemesi, kadının cinselliğinin sağlıklı ilişkilendirilmesi ve kadın- erkek ilişkilerinde kadının erkeği anlaması gerektiğine yapılan vurgu derginin eleştirdiği söylemleri farklı biçimde ürettiğini göstermektedir. Batı'nın dayatmacı politikaları ve tüketim kültürü karşısına konulan ve yüceltilen geleneksel değerler kadının da geleneksel rol kalıpları çerçevesinde temsilini beraberinde getirmiştir.

Sonuç olarak bu çalışma kadının tüketim nesnesi olarak erkeğin bakışına sunulmasına karşı muhalif unsurlar içeren İslami feminist Turuncu dergisi'nde toplumsal cinsiyetin nasıl kurulduğunu ortaya koyulmuştur.

Bu çalışmadan hareketle, konunun Türkiye açısından önemi göz önünde bulundurulduğunda bu çalışmanın geliştirilebileceği ve literatüre katkı niteliğinde yeni açılımlar yapılabileceği söylenebilir.

## KAYNAKÇA

- ADAKLI-AKSOP, GÜLSEREN (2000). “Reality Show’larda Kadına Yönelik Şiddet ve Kadın İmgesi”, **Televizyon, Kadın ve Şiddet** (içinde). Betül,Ç.N. (Der.) Ankara: KİV Yayınları.
- AGACİNSKİ, S. (1998). **Cinsiyetler Siyaseti**. Yerguz, İ. (Çev.) Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.
- ALANKUŞ, S., İNAL, A. (2000). “Güldürü Programlarında Kadının Temsili ve Kadına Yönelik Şiddet”, **Televizyon, Kadın ve Şiddet** (içinde). Betül, Ç.N. (Der.) Ankara: KİV Yayınları.
- ALTHUSSER, L. (1989). **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**. Alp, Y., Özışık M. (Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- AYDOĞAN, F. (2004). **Düşlerimizi Artık Televizyon Kuruyor: Medya ve Popüler Kültür**. İstanbul: MediaCat.
- BEHÇETOĞULLARI, P. (2000). “Müzik Videolarında Kadın İmgesi ve Kadına Yönelik Şiddet”, **Televizyon, Kadın ve Şiddet** (içinde). Betül, Ç.N. (Der.) Ankara: KİV Yayınları.
- BİNARK, M., GENÇEL-BEK, M. (2007). **Eleştirel Medya Okur Yazarlığı**. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- BUTLER, J. (2005). **İktidarın Psikik Yaşamı**. Tütüncü, F. (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- CONNELL, R.W. (1998). **Toplumsal Cinsiyet ve İktidar**. Soydemir, C. (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- COWARD, R. (1993). **Kadınlık Arzuları, Günümüzde Kadın Cinselliği**. Türker, A. (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- COWARD, R. (1995). **Şu Hain Kalplerimiz: Kadınlar Erkeklere Neden Teslim Olurlar?**. Bora, A., Emre, A. (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- ÇAYIR, K. (2003). “İslamcı Bir Sivil Toplum Örgütü: Gökkuşluğu İstanbul Kadın Platformu”, **İslam’ın Yeni Kamusal Yüzleri** (içinde). Göle, N. (Der.). İstanbul: Metis Yayınları.
- ÇELENK, S. (2005). **Televizyon, Temsil, Kültür**. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- DOĞRU-ARSAN, E. (2004). “Medya, Güç, İdeoloji Ekseninde Merve Kavakçı Haberlerinin İki Farklı Sunumu”, **Haber, Hakikat ve İktidar İlişkisi** (içinde). Dursun, Ç. (Der.). Ankara: Elips Yayınları.
- DONOVAN, J. (1997). **Feminist Teori**. Bora, A; A.Gevrek, M; Sayılan, F. (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- EAGLETON, T. (1996). **İdeoloji**. Özcan, M. (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- FEJES, F. (1994). “Eleştirel Kitle İletişimi Araştırması ve Medya Etkileri: Yok Olan İzleyici Sorunu”, **Medya, İktidar, İdeoloji** (içinde). Küçük, M. (Der. ve Çev.). Ankara: Ark Yayınevi.
- FİSKE, J. (1996). **İletişim Çalışmalarına Giriş**. İrvan, S. (Çev.). Ankara: Bilim Sanat Yayınları.
- FOUCAULT, M. (1993). **Cinselliğin Tarihi-I**. Tufan, H. (Çev.). 2. Baskı. İstanbul: Afa Yayınları.
- GÖLE, N. (1991). **Modern Mahrem**. İstanbul: Metis Yayınları.
- GÖLE, N. (2000a). “Modernist Kamusal Alan ve İslami Ahlak”, **İslam’ın Yeni Kamusal Yüzleri** (içinde). Göle, N. (Der.). İstanbul: Metis Yayınları.
- GÖLE, N. (2000b). **Melez Desenler**. İstanbul: Metis Yayınları.

- GÜLRİZ-ERGİNSOY, F. (1997). “Kırsal Kesimin Küreselleşen Erkekleri ve Cemaatleşerek Yerelleşen Kadınları”, **Toplum ve Bilim**. Kış (75). s. 94-120.
- HACKETT, R. A. (1999). “Bir Paradigmanın Önemini Yitirışı: Haber Medyası Çalışmalarında Yanlılık ve Nesnellik”, İnal, A. (Çev.). **Ankara Üniversitesi Yıllık**, 1997-1998. s. 31-66.
- HALL, S. (1994a). “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü”, **Medya, İktidar, İdeoloji** (içinde). Küçük, M. (Der. ve Çev.). Ankara: Ark Yayınevi.
- HALL, S. (1994b). “Kültür, Medya ve İdeolojik Etki”, **Medya, İktidar, İdeoloji** (içinde). Küçük, M. (Der. ve Çev.). Ankara: Ark Yayınevi.
- HARDT, H. (1994). “Eleştirelin Geri Dönüşü ve Radikal Muhalefetin Meydan Okuyuşu: Eleştirel Teori, Kültürel Çalışmalar ve Amerikan Kitle İletişimi Araştırması”, **Medya, İktidar, İdeoloji** (içinde). Küçük, M. (Der. ve Çev.) Ankara: Ark Yayınevi.
- İLKKARACAN, P. (2003). “Müslüman Toplumlarda Kadın ve Cinsellik”, **Müslüman Toplumlarda Kadın ve Cinsellik** (içinde). İlkaracan, P. (Der.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- İLYASOĞLU, A. (2000). **Örtülü Kimlik**. İstanbul: Metis Yayınları.
- İNAL, A. (1996). **Haberi Okumak**. İstanbul: Temuçin Yayınları.
- İNAL, A. (2003). “Roland Barthes: Bir Avant-Garde Yazarı”, **İletişim Araştırmaları**. Bahar (1). s. 9-38.
- KARA, N. (2006). “Feminizm(ler)in Toplumsal Hareket Olarak Medyada Yansıma(ma)sı”, **Küresel İletişim Dergisi**. Bahar. Sayı: 1. s. 1-32.

- KIRCA-SCHROEDER, S. (2007). **Popüler Feminizm, Türkiye ve Britanya’da Kadın Dergileri**. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- LANA F.R., KRANİCH, K. (2002). “Televizyon Haberlerinde Gösterge Olarak Kadın”, **Medya, Kültür, Siyaset** (içinde). İrvan, S. (Der.). 2. Baskı. Ankara: Alp Yayınevi.
- LULL, J. (2001). **Medya, İletişim, Kültür**. Güngör, N. (Çev). Ankara: Vadi Yayınları.
- MERNİSSİ, F. (2003). “İslam’da Aktif Kadın Cinselliği Arayışı”, **Müslüman Toplumlarda Kadın ve Cinsellik** (içinde). İlkaracan, P. (Der.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- MODLESKİ, T. (1993). “Günümüz Pembe Dizilerinde Gerçeği Arama”, **Kadın ve Popüler Kültür** (içinde). İrvan, S., Binark, M. (Der. ve Çev.). Ankara: Ark Yayınevi.
- SHOEMAKER, P., REESE, D.R. (2002). “İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi”, **Medya, Kültür, Siyaset** (içinde). İrvan, S. (Der.). 2. Baskı. Ankara: Alp Yayınevi.
- SHOLLE, J.D. (1994). “Eleştirel Çalışmalar: İdeoloji Teorisinden İktidar/Bilgiye”, **Medya, İktidar, İdeoloji** (içinde). Küçük, M. (Der. ve Çev.). Ankara: Ark Yayınevi.
- STEEVES, L. H. (1994). “Feminist Teoriler ve Medya Çalışmaları”, **Medya, İktidar, İdeoloji** (içinde). Küçük, M. (Der. ve Çev.). Ankara: Ark Yayınevi.
- SUMAN, DEFNE. (2000). “Feminizm, İslam ve Kamusal Alan”, **İslam’ın Yeni Kamusal Yüzleri** (içinde). Göle, N. (Der.). İstanbul: Metis Yayınları.

- TOPUZ, H. (2003). **II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi**. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- VAN DİJK, TEUN A. (1994). “Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları”, **Medya, İktidar, İdeoloji** (içinde). Küçük, M. (Der. ve Çev.). Ankara: Ark Yayınevi.
- VAN ZOONEN, LİESBET. (2002). “Medyaya Feminist Yaklaşımlar”, **Medya, Kültür, Siyaset** (içinde). İrvan, S. (Der.). 2. Baskı. Ankara: Alp Yayınevi.
- WILLIAMSON, J. (1998). “Kadın Bir Adadır: Dişilik ve Sömürgecilik”, **Eğlence İncelemeleri** (içinde). Modleski, T. (Der.). İstanbul: Metis Yayınları.
- YEĞENOĞLU, M. (1997a). “Emperyal Özne ve Feminist Söylem”, **Toplum ve Bilim**. Kış (75). s. 7-33.
- YEĞENOĞLU, M. (1997b). “Orlan: Gövdenin Dili”, **Toplum ve Bilim**. Kış (75). s. 190-196.

## ÖZET

Toplumsal cinsiyet , kadın ve erkek arasında biyolojik ve genetik farklılıklar haricinde toplum tarafından oluşturulan ve cinsiyet rollerinin de bu toplumsal farklılıklar etrafında şekillendirildiği ayrımları ifade etmektedir. Oluşturulan bu ayrımlar medya dolayısıyla yeniden kurulmakta ve doğallaştırılmaktadır. Haber programları, diziler, reklamlar, kadın programları gibi pek çok yayın türünde kadınlar iyi bir anne ve eş, cinsel obje ya da şiddet mağduru olarak temsil edilmekte, kadınlıkla ilgili başat tanımlamalar yeniden üretilmektedir. Özellikle reklamlarda kadın bedeni sıklıkla kullanılmakta ve kadın erkeğin bakışının nesnesi haline getirilmektedir. Kadınların medyada sözü edilen temsiller çerçevesinde ele alındığı en önemli alanlardan biri de kadın dergileridir. Popüler nitelikli kadın dergilerinin ortak özelliği kadınlara güzellik, çekicilik, erkeğini memnun etme ya da iyi bir ev hanımı olma gibi konularda tavsiyelerde bulunulmasıdır. Bu ticari dergiler yayınladıkları çok sayıda reklamla kadınları tüketim davranışına yöneltmeye çalışmaktadır. İslami feminist kadın dergisi Turuncu ise kadının tüketim nesnesi haline getirilmesine, kadın bedeninin erkeğin bakışına sunulmasına karşı çıkmaktadır.

Tez, Turuncu dergisi'nin tüketen, tüketilen ve cinsel nesne haline getirilen kadın kimliği karşısında kendi ideal kadın modelini nasıl ve hangi söylemlerle kurduğunu ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu amaçla derginin ulaşılabilen 22 sayısı üzerinde nicel, daha küçük bir örneklem üzerinde ise nitel analiz gerçekleştirilmiştir. Nicel analizde derginin 22 sayısında yer alan tüm yazıların konularına ve türlerine göre dağılımına bakılmıştır. En sık yer verildiği tespit edilen temalar arasından rasgele örneklem yöntemiyle seçilen yazılar üzerinde nitel analiz gerçekleştirilmiştir.

Nitel analizde, yazının tematik yapısı, kurulan karşıtlıklar ve kullanılan sözcüklere bakılmıştır. Analiz sonucunda Turuncu dergisi'nde kadının geleneksel rol kalıpları ile örtüşür biçimde temsil edildiği tespit edilmiştir.

## ABSTRACT

Gender refers to not only biological and genetic differences but also the ones that are formed by the society and the differences that genders form around these social differences. These differences are re-formed and naturalized by the media. In programs like news, serials, commercials, women shows, women are presented as a good mother and wife, sex object or victim of violence; new dominant descriptions about womanhood. Woman body is especially used in commercials frequently and woman is turned into an object in men's view. One of the media women are treated in the frame of representations are women magazines. Common characteristic of popular woman magazines is to advice woman on beauty, appeal and pleasing her man; or on being a good housewife. These commercial magazines try to manage the consumption behaviour of women by the ads that they publish. Islamic feminist woman magazine Turuncu, on the other hand, acts against women becoming a commodity and her body being presented to man.

The thesis targets to show how and with which arguments, Turuncu magazine presents her ideal woman model in contrast to the consumer woman identity, consumed and sex object women identity. 22 issues that were available were researched with quantitative and qualitative analysis. In quantitative analysis, all the articles in 22 issues were analyzed with respect to subject and type. Articles that were randomly selected from the themes that were mostly written about were analyzed by qualitative analysis.

In qualitative analysis, the theme, contrasts and word selection was examined. As a result of the analysis, it is determined that the women were represented in accordance with traditional role patterns.

## ÖZET

Toplumsal cinsiyet , kadın ve erkek arasında biyolojik ve genetik farklılıklar haricinde toplum tarafından oluşturulan ve cinsiyet rollerinin de bu toplumsal farklılıklar etrafında şekillendirildiği ayrımları ifade etmektedir. Oluşturulan bu ayrımlar medya dolayısıyla yeniden kurulmakta ve doğallaştırılmaktadır. Haber programları, diziler, reklamlar, kadın programları gibi pek çok yayın türünde kadınlar iyi bir anne ve eş, cinsel obje ya da şiddet mağduru olarak temsil edilmekte, kadınlıkla ilgili başat tanımlamalar yeniden üretilmektedir. Özellikle reklamlarda kadın bedeni sıklıkla kullanılmakta ve kadın erkeğin bakışının nesnesi haline getirilmektedir. Kadınların medyada sözü edilen temsiller çerçevesinde ele alındığı en önemli alanlardan biri de kadın dergileridir. Popüler nitelikli kadın dergilerinin ortak özelliği kadınlara güzellik, çekicilik, erkeğini memnun etme ya da iyi bir ev hanımı olma gibi konularda tavsiyelerde bulunulmasıdır. Bu ticari dergiler yayınladıkları çok sayıda reklamla kadınları tüketim davranışına yönleltmeye çalışmaktadır. İslami feminist kadın dergisi Turuncu ise kadının tüketim nesnesi haline getirilmesine, kadın bedeninin erkeğin bakışına sunulmasına karşı çıkmaktadır.

Tez, Turuncu dergisi'nin tüketen, tüketilen ve cinsel nesne haline getirilen kadın kimliği karşısında kendi ideal kadın modelini nasıl ve hangi söylemlerle kurduğunu ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu amaçla derginin ulaşılabilen 22 sayısı üzerinde nicel, daha küçük bir örneklem üzerinde ise nitel analiz gerçekleştirilmiştir. Nicel analizde derginin 22 sayısında yer alan tüm yazıların konularına ve türlerine göre dağılımına bakılmıştır. En sık yer verildiği tespit edilen temalar arasından rasgele örneklem yöntemiyle seçilen yazılar üzerinde nitel analiz gerçekleştirilmiştir.

Nitel analizde, yazının tematik yapısı, kurulan karşıtlıklar ve kullanılan sözcüklere bakılmıştır. Analiz sonucunda Turuncu dergisi'nde kadının geleneksel rol kalıpları ile örtüşür biçimde temsil edildiği tespit edilmiştir.

## **ABSTRACT**

Gender refers to not only biological and genetic differences but also the ones that are formed by the society and the differences that genders form around these social differences. These differences are re-formed and naturalized by the media. In programs like news, serials, commercials, women shows, women are presented as a good mother and wife, sex object or victim of violence; new dominant descriptions about womanhood. Woman body is especially used in commercials frequently and woman is turned into an object in men's view. One of the media women are treated in the frame of representations are women magazines. Common characteristic of popular woman magazines is to advice woman on beauty, appeal and pleasing her man; or on being a good housewife. These commercial magazines try to manage the consumption behaviour of women by the ads that they publish. Islamic feminist woman magazine Turuncu, on the other hand, acts against women becoming a commodity and her body being presented to man.

The thesis targets to show how and with which arguments, Turuncu magazine presents her ideal woman model in contrast to the consumer woman identity, consumed and sex object women identity. 22 issues that were available were reserched with quantitative and qualitative analysis. In quantitative analysis, all the articles in 22 issues were analyzed with respect to subject and type. Articles that were randomly selected from the themes that were mostly written about were analyzed by qualitative analysis.

In qualitative analysis, the theme, contrasts and word selection was examined. As a result of the analysis, it is determined that the women were represented in accordance with traditional role patterns.