POPÜLER FEMİNİZM

Türkiye ve Britanya'da Kadın Dergileri

SÜHEYLA KIRCA SCHROEDER



POPÜLER FEMİNİZM
SÜHEYLA KIRCA SCHROEDER

ARAŞTIRMA DİZİSİ
BAĞLAM

Süheyla Kırca Schroeder, 1988'de İstanbul Üniversitesi Sosyal Antropoloji Bölümü'nden mezun olan Kırca Shroeder, 1990-1992 yılları arasında İskoçya'nın Strathclyde Üniversitesi'nde Medya ve Kültürel Çalışmalar üzerine Yüksek Lisans yaptı. 1994 yılında İngiltere'nin Warwick Üniversitesi'nde Kültürel Çalışmalar üzerine doktorasına başlayan Kırca Schroeder 2000 yılında doktorasını tamamladı ve aynı yıl Bahçeşehir Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde çalışmaya başladı. 2005 yılında Doçentlik unvanını alan Süheyla Kırca Schroeder, halen Bahçeşehir Üniversitesi'nde İletişim Fakültesi Dekan Yardımcısı olarak görev yapmaktadır. Kırca Schroeder'in toplumsal cinsiyet, kimlik ve temsil, popüler kültür ve medya, küreselleşme, müzik kültürleri üzerine ulusal ve uluslararası hakemli dergilerde ve kitaplarda yayınlanmış makaleleri bulunmaktadır. Akademik çalışmalarının yanı sıra 2000 yılından beri GAP Bölgesinde Kent Eyalet Üniversitesi, ABD ve GAP İdaresi işbirliğiyle kültürlerarası iletişim, kadın ve liderlik konularında eğitim projeleri yürüttü.

POPÜLER FEMİNİZM

Türkiye ve Britanya'da Kadın Dergileri

SÜHEYLA KIRCA SCHROEDER

BAĞLAM

Bağlam Yayınları 286
İnceleme/Araştırma 200
ISBN 975-8803-70-0

Popüler Feminizm
Türkiye'de ve Britanya'da Kadın Dergileri
Süheyla Kırca Schroeder

© Bağlam Yayıncılık
© Süheyla Kırca Schroeder

Birinci Basım: Nisan 2007
Kitap Tasarımı: Canan Suner
Kapak İllustrasyonu: Nazlı Eda Noyan
Baskı: Önsöz Basım Yayıncılık
Litros Yolu II. Matbaacılar Sitesi / Topkapı

BAĞLAM YAYINCILIK Ankara Cad. 13/1 34410 Cağaloğlu/İstanbul
Tel: (0212) 513 59 68 / 244 41 60 Tel-Faks: (0212) 243 17 27
Web: www.baglam.com e-mail: baglam@baglam.com

Kızım Tara'ya

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ 7

GİRİŞ 13

Feminizm, Kadınsılık ve Kadın Dergileri 13

Kültürel Çalışmalarda Popüler Kültür Analizlerine Feminist Yaklaşımlar 18

Kadın Dergileri Üzerine Feminist Araştırmalar 26

Kadınsılık ve Feminizm Arasındaki İlişkinin Yeniden Kavramsallaştırılması 31

Metodoloji 36

BRİTANYA VE TÜRKİYE'DE FEMİNİST TARTIŞMALAR

Kavramları Yeniden Düşünmek 45

Britanya Feminizminin Tarihi ve Teorik Yaklaşımlar 50

İkinci Dalga Feminizmin Politik Eylemleri 50

1980'ler ve 1990'larda Feminist Politikanın Radikalliğini Kaybetmesi Üzerine Tartışmalar 53

Feminist Politikalar ve Feminist Söylemlerin Farklılaşması 59

Kimlik ve Farklılık Üzerine Kuramsal Tartışmalar 64

Türkiye'de Çağdaş Feminist Düşünce 78

Modernleşme Projesi ve 'Devlet Feminizmi'nin Doğuşu 81

1980'lerde Yeni Kadın Kimliği Arayışı 86

Feminist Hareketlerin Kurumsallaşması 93

Kuşak Çatışması: Eşitlikçi (Kemalist) Feministlere Karşı 'Yeni' Feminist Kuşak 101

İslami Kadın Hareketinin Feminist Söylemlerle Çatışması 105
1990'larda Feminizm: Çoğulculuk ve Özgünlük Arayışı 114

FARKLI BİR POPÜLER KÜLTÜR FORMU OLARAK KADIN DERGİLERİ

Kadın Dergilerinin Türleri 122
Britanya'da Kadın Dergilerinin ve Piyasanın Gelişimi 123
Britanya Kadın Dergileri: Viktorya Çağından Postmodern Döneme 123
Britanya'nın Önde Gelen Yayıncıları ve 1990'larda Kadın Dergisi Piyasası 132
Feminist Yayınlar ve Yayıncılar 135
Türkiye'de Kadın Dergilerinin ve Piyasanın Gelişimi 137
Osmanlı ve Cumhuriyet Kadınları Kendilerini Yayınlarıyla İfade Ediyor 137
Değişen Sosyal ve Ekonomik Politikalar: Endüstrinin Oluşması 139
Yeni Feminist Hareketi Biçimlendiren ve Yansıtan Feminist Dergiler 141
Yayıncılar ve 1990'larda Piyasanın Durumu 142
Kadınlara Yönelik Popüler Kültür Metinlerini Yaratan Kadınlar: Editörler 145
Üretim Sürecinde Editörlerin Sorumlulukları 145
Eleştirel Kadınsı/Feminist Kültürün Üretilmesinde Editörlerin Rolü 147
Editörlerin Karakteristik Özellikleri Feminist Politikanın Geleceği Açısından Neler Vaat Ediyor? 149
Cosmopolitan, New Woman, Kim ve *Kadınca*'nın Tarihsel Gelişimleri 150

1990'LARIN KADIN DERGİLERİNDE POPÜLER FEMİNİST SÖYLEMLERİN VE KADINSI İMGELERİN İNCELENMESİ

'Postfeminist' Cinselliklerin İnşasına Karşı Cinsel Özgürlük Arayışı 162

1990'ların Kadını: Kendinden Emin ve Kararlı 175

Yeni Bir Fenomen: Erkeksiliğin ve Erkek Kimliğinin Temsili 181

Aile ve Evliliğe 'Yeni' Yaklaşımlar 192

Feminist Değerlerin İstihdam ve Kariyer Alanındaki Yansımaları 197

Farklı Feminist Anlayışların ve Feminist Politikaların Temsill 203

Farklı Feminist Yaklaşımlar: Feminist Değerlerin Bireyselleştirilmesine Karşı Kolektif/Politik Aktivizm 204

Kim ve *Kadınca*: Ticari Söylemlerle Feminist Politika Arasındaki İnce Çizgi 213

Feminizmin Metalaştırılması: 1990'lar Kadını İçin 'Femi/nen-nist' İmgelerin Reklamlarda Yeniden Oluşturulması 225

Sonuç 234

SONUÇ 237

Popüler Olanla Politik Olan Arasında Köprüler Kurmak 241

Yeni Yönelimler 246

KADIN DERGİLERİNİN EDİTÖRLERİYLE MÜLAKATLAR 251

TABLOLAR 282

KAYNAKÇA 287

DİZİN 300

ÖNSÖZ

Yüzyılı aşkındır bu coğrafyada devam eden feminist düşünce ve yazının bir parçası olan bu çalışma, 1990'larda feminizmin Britanya ve Türkiye'de nasıl tanımlandığını, temsil edildiğini, popülerleştirildiğini ve yeniden üretildiğini kadın dergileri ve dergilerin editörleri üzerinden inceler. Britanya'da yaptığım doktora çalışmama dayanarak kitaplaştırdığım bu çalışma, meslektaşlarımla ve dergilerin editörleriyle yapılan tartışmaların, konferanslarda yapılan fikir alışverişlerinin ve feminist hareketler içerisindeki tartışmaların bir ürünü.

Türkiye'de sayıları oldukça az olan feminist kültürel çalışmalara bir katkı sağlayacağına inandığım bu kitabın oluşmasında emeği geçenlere teşekkür etmek istiyorum. Bunların başında değerli hocam Joanne Collie gelmektedir. Sadece fikirleriyle bu çalışmaya katkıda bulundukları için değil, diğer akademik çalışmalarımda da desteğini benden esirgemeyen Fatmagül Berktay, Meral Özbek ve Deniz Bayrakdar Sevgen'e teşekkür ederim. Kitabı yayına hazırlama sürecinde metinleri okuyup benimle tartışan ve tashihinde yardımcı olan sevgili arkadaşlarım Semara Somersan, Sevgi Uçan Çubukçu ve Melek Muştu Seufert'e sonsuz teşekkür borçluyum. Kitabın tamamlanmasının verdiği heyecanı ve sevinci benimle paylaşan, desteğini ve güvenini hep hissetiğim eşim Christoph Schroeder'e de çok teşekkür ederim. Çalışmanın içeriği açısından çok önemli olan mülakatlar için bana zaman ayıran, fikirlerini paylaşan ve onların katkısı olmadan asla bu çalışmanın gerçekleşmeyeceğine inandığım dergi editörlerine teşekkür etmeden geçemeyeceğim. Özellikle, Duygu Asena'nın kişisel deneyimlerinden yola çıkarak aktardığı bilgilerin, hem Türkiye'deki yakın dönem feminist hareketin tarihi hem de kadın dergiciğiyle ilgili çalışmalar için çok değerli katkısı olduğuna inanıyorum. Kendisinin de hayatta olup bu çalışmayı okumasını isterdim. Son olarak bu kitabın

yayınının gerçekleşmesindeki katkılarından dolayı Bağlam Yayınları çalışanlarına teşekkürlerimi sunuyorum.

Süheyla Kırca Schroeder
Cihangir, İstanbul
Aralık 2006

GİRİŞ

Feminizm, Kadınsılık ve Kadın Dergileri*

Popüler kadın dergilerini karşılaştırmalı olarak ele alan bu kitap, feminizmin Britanya ve Türkiye'de 1990'lı yıllarda popülerleşmesini inceliyor. 'Feminizm' terimi, 1960'lardaki kadınların özgürleşmesi hareketinden bu yana epey epistemolojik dönüşümler geçirdi. Son otuz yılda meydana gelen üç temel değişimin bugünkü feminizm algılaması üzerinde etkisi oldu. Birinci olarak, kavramsal düzeyde feminizm, daha genç nesli de içine alacak şekilde büyük ölçüde genişledi. İkinci olarak, feminizme içeriden yöneltilen eleştiriler ve toplumsal cinsiyet, etnik köken gibi öznel tutumların ortaya çıkmasıyla birlikte, feminizmin kendisi de değişime uğradı. Son olarak da, feminizmin içinde oluştuğu toplumlar dramatik dönüşüm süreçleri yaşadı. Böylece feminizm, önceden olmadığı kadar karmaşık ve muğlak bir terim haline geldi; artık, hem belli bir yaklaşımı ve politik konumu, hem de belli bir yaşam biçimini belirtmek için kullanılıyor. Bununla beraber, feminist düşüncenin gelişim sürecinde yaşanan değişimlerin, belli politik ve sosyal etmenlerin oluşturduğu farklı kültürel bağlamlarda farklı seviyelerde ve zaman dilimlerinde meydana geldiğini belirtmek gerekir. Bu kitapta, öncelikle sözü edilen gelişmelere bağlı olarak çeşitli feminist söylemlerin gelişme koşullarını ve söz konusu ülkelerin kendilerine özgü kültürel dinamiklerini inceleyeceğim. Daha sonra, kadın dergilerinin feminizmle olan ilişkilerinin ve etkileşimlerinin Britanya ve Türkiye'deki çağdaş feminist düşünce açısından nelere işaret ettiğini çeşitli açılardan tartışacağım.

'Feminizm', ilk bakışta muğlak bir terim gibi gözükmemesine rağmen, farklı anlamları, akisleri; farklı bağlamlarda, özellikle de

---

* Kadınsılık 'femininity' kavramının İngilizce karşılığı olarak kullanılmaktadır.

Batı ve Batı dışındaki toplumsal-tarihsel konumlarda farklı politik sonuçları olan bir kavram. Bu değişik tanımlara ve herhangi bir kültürün içinde, ya da kültürlerarasında ortaya çıkan farklı uygulamalara rağmen, feminizm "belli sosyal çevrelerde kadınları tanımlamanın ve baskı altında tutmanın belli biçimlerini dile getirir."[1] Batılı feminist deneyim, çeşitli kültürel bağlamlardaki feminist tartışmalar için önemli bir referans noktası ve çerçeve teşkil etmektedir.[2]

Britanya ve Türkiye'deki feminist araştırmaların ve feminist düşüncenin gelişimine bakıldığında, içinde bulundukları farklı kültürel ve toplumsal yapılara rağmen, birbirine paralel giden ve kısmen de çakışan bir çizgi izledikleri görülür. Türkiye'de 'kadınlar' üzerine yapılan bazı çalışmalar, bölgesel, tarihsel ve politik bağlamların belirlediği yerel tartışmaların yanı sıra Anglo-Amerikan feminist eleştirinin gündemindeki konuların da dikkatlice seçilerek burada yapılan incelemelere dahil edildiğini gösterir. Örneğin, 20. yüzyılın başında Batı'da gelişen sosyal reform ve modernizasyon hareketlerinin, Türkiye'de 'kadın sorunu' tartışmaları için uzun süreli bir çerçeve sağladığını görürüz. Bu nedenle o dönemde, kadınların toplumsal konumuyla ilgili tartışmalarda milliyetçilik söylemi oldukça belirleyici oldu. Çeşitli kültürel deneyimler feminist araştırmanın referans noktalarını ve kullandığı kavramları parçalarına ayırabilir, ancak, karşılaştırmalı çalışmaların bu alandaki akademik araştırmaların ve feminist politikaların gelişimi için kültürlerarasında çift yönlü iletişim kurulabilecek bir alan oluşturduğuna inanıyorum. Kültürlerarası karşılaştırma yöntemiyle yapılan çalışmalar aynı zamanda, araştırmacının kendi kültürüne karşı farkındalığını artırır ve içinde

---

[1] Nükhet Sirman, 'Feminism in Turkey: A Short History', *New Perspectives on Turkey*, 3(1), Güz, 1989, s.1-34, (s.2).

[2] Ancak, Batılı feminist kuramın ve uygulamada belli konulara verilen önemin, Batılı olmayan birçok kadın için hem politik hem de analitik açıdan kafa karışıklığına yol açtığını belirtmek gerekir. Bazı feminist düşünürler, Üçüncü Dünya kadınlarının deneyimlerinin kendine özgü yanlarının altını çizmiş ve Batılı feminist teorilerin evrensel yaklaşımını sorgulamıştır. Örnek için bkz., Chandra Mohanty, 'Under Western Eyes: Feminist Scholarship and Colonial Discourses', *Feminist Review*, 30, (Güz 1988), s.61-88; Elizabeth Spelman, *Inessential Woman: Problems of Exclusion in Feminist Thought*, Boston: Beacon, 1988.

yaşadığı kültürü eleştirel bir yaklaşımla inceleyebilmesi için gerekli araçlar sunar.

Toplumsal bir hareket olarak feminizm, kadınların ezilmesiyle ilgili çeşitli konuları kamusal alanda gündeme getirmenin yollarını bulmaya çalıştı. Medya, özellikle 1980'li yıllardan beri feminist düşüncelerin ve politikaların yayılmasında önemli rol oynadı; fakat aynı zamanda feminizme yeni tanımlar da getirdi. Yaşadığımız kültürde, feminizmin kadınlar için ne anlamlar taşıdığını ve bu anlamların nasıl yaratıldığını ve üretildiğini anlamak önemlidir. Buradan hareketle bu kitapta, söz konusu tanımları hazırlayan, gündeme getirip tartışmaya açan ve geniş bir okuyucu kitlesine ulaştıran kültürel metinler incelenecektir. Medyanın bize sunduğu imgeler, dünyaya bakış açımızı ve değer yargılarımızı şekillendirmeye yardım eder; erkekliğin ve kadınlığın anlamlarının üretilmesi sürecine katkıda bulunur, ideal kadın ve erkek imgelerini tanımlar. Nasıl giyineceğimizi, nasıl görüneceğimizi ve tüketeceğimizi, hâkim kültürel değerlere nasıl uyum sağlayacağımızı gösterir. Bu nedenle bu çalışmada, hem feminist politikanın, hem de egemen kültürün biçimlendirdiği kadınlara ait ilgi alanları arasındaki dinamik etkileşime ışık tutmak amacıyla, kadınlar tarafından hazırlanan, yazılan ve yine kadınların tükettiği bir popüler kültür formu olan kadın dergileri incelenecektir. Dünyadaki kadın dergileri piyasası, 1970'lerden beri kadınların yaşamındaki değişimlere paralel olarak değişti ve genişledi. Dergiciler kadınlara yönelik bu genişleyen yayın piyasasından kâr ettikçe, kendilerini yeni koşullara ve değişimlere adapte etmeye çalıştı. Böylelikle, feminist hareketin mücadelesi sonucu kadınların elde etmiş olduğu kazanımlardan fayda sağlayan genç kadınların sorunları, toplumsal ve bireysel çatışmaları, kimi kadın dergilerinde konu edilmeye başlandı.

1970'lerde Britanya'da yürütülen feminist araştırmalar, genç kız ve kadın dergilerini, kadınlara yapılan baskının bir örneği olarak değerlendirirken, 1990'larda feminist ideolojinin içinde yaşanan parçalanmaların bir sonucu olarak, feminist kültürel çalışmalar içerisinde feminizm ve kadınsılık arasındaki karşıtlık

daha akışkan bir ilişki olarak görülmeye başladı.[3] Bu dönemde, feminizm ve kadın dergileri dünyası arasında önemli ilişkiler olduğunu öne süren bazı feminist araştırmacılar, feminizm ve kadınsılık arasındaki karşıtlığın çözülmeye başladığına ilişkin önemli bir dönüşüme işaret eder.[4] Bu çalışma da kadın dergilerine bu açıdan yaklaşır ve bu çözülme sürecini kadın dergileri ve feminist politika açısından ele alır: Britanya'dan *Cosmopolitan* ve *New Woman*, Türkiye'den *Kim* ve *Kadınca* dergilerini inceleyerek, bu dergilerin feminizmi 'popüler' olanın içine nasıl dâhil ettikleri ve nasıl ilişkilendirdiklerini çözümleyerek tartışacağım.

Toplumsal cinsiyet ve popüler kültür analizlerinde, 'kültürel çalışmalar'[5] alanının yaklaşımı benimsendi. Bu bakış açısına göre popüler kültür metinleri, toplumsal cinsiyet üzerine müzakerelerin yapıldığı ve toplumsal cinsiyet temelli kimliklerin çelişkili kültürel temsillerinin yeni koşullara uyarlandığı, değiştirildiği, yeniden oluşturulduğu ve üretildiği alanlardır. Böylelikle, popüler kültür, kültürel çalışmaların en önemli kuramcılarından biri olan Stuart Hall'un da belirttiği gibi, hem bir çatışma hem de bir mücadele alanı olarak karşımıza çıkar. Hall'a göre, "popüler kültür bir rıza ve direniş alanı, kısmen de hegemonyanın ortaya çıktığı ve güvence altına alındığı yerdir."[6] (Hall'un bu kuramını geliştirirken Gramsci'nin hegemonya kuramından etkilendiğini belirtmek gerekir.) Hall, popüler kültür ve sosyalizm arasındaki ilişki konusunda şöyle diyor: "popüler kültür, sosyalizmin, sosyalist bir kültürün 'ifade edilebileceği' bir alan değildir. Fakat sosyalizmin oluşturulabileceği yerlerden biridir." (a.g.e.). Bu noktada sosyalizm ve feminizm arasında bir paralellik kurmak mümkün: Popüler kültür formları, egemen kadın ve erkek kategorilerini ve

---

[3] Örnek için bkz. Charlotte Brunsdon, 'Pedagogies of the Feminine: Feminist Teaching and Women's Genres', *Screen*, 32, (1991), s. 364-82.

[4] Örnek için bkz. Angela McRobbie, *'More!* New Sexualities in Girls' and Women's Magazines', Angela McRobbie (der.), *Back to Reality: Social Experience and Cultural Studies*, Manchester: Manchester University Press, 1997, içinde, s. 190-209.

[5] Türkçeye farklı biçimlerde çevrilen 'cultural studies', bu çalışmada 'kültürel çalışmalar' olarak kullanılacaktır.

[6] Stuart Hall, 'Notes on Deconstructing the Popular', R. Samuel (der.), *People's History and Socialist Theory*, Londra: Routledge ve Kegan Paul, 1981, içinde, s.227-41 (s.239).

cinsel farklılıkları yaratma ve onları devam ettirme sürecine katkıda bulundukları için feminist çalışmalar açısından önem taşır. Buna rağmen, anlamlar üzerinden yapılan bu mücadele sadece, belli popüler kültür formları içindeki toplumsal cinsiyet ilişkilerinin metinsel temsilleri olarak görülemez, aynı zamanda metinleri tüketen, kullanan ve kendi günlük yaşamlarının ve sosyal ilişkilerinin bağlamı içinde onlardan anlam çıkaran kadın ve erkeklerin yaşamları için son derece önemlidir. Böylelikle, çatışan güç ilişkilerini bünyesinde barındıran popüler kültür formları, kadın ve erkeklerin kimliklerini oluşturma sürecinde toplumsal cinsiyet rollerini öğrenebilecekleri önemli kaynaklar haline gelir.

Diğer popüler kültür metinleri gibi, kadın dergileri de kadınsılığın birbiriyle çatışan ve çelişen temsillerini sunar. Zira söz konusu dergilerin ortaya çıkarılmasında ticari, ataerkil ve feminist olmak üzere birbiriyle çatışan ilgi alanları ve söylemler (discourse)[7] devreye girer. Bu nedenle, bu metinlerde feminizmin ele alınış biçimi, çoğunlukla kadın dergileri piyasası ve bu dergileri okuyan kadınların ihtiyaçları ve ilgi alanlarıyla sınırlıdır. Kültürlerarası bir perspektiften bakıldığında, belirli koşulların ve politikaların, feminizmin popülerleşmesinde birçok farklı üslubu oluşturduğu görülür. Türkiye ve Britanya'nın kendine özgü tarihsel, sosyo-politik ve kültürel koşulları göz önüne alındığında, bu ülkelerdeki kadın dergilerinin feminizmi ele alma biçimlerinde kaçınılmaz olarak birtakım farklılıklar ortaya çıkar. Feminist temaları ve konuları işleyiş biçimleri karmaşık ve çok boyutlu olmasına rağmen, söz konusu dergiler karşılaştırıldığında, Türki-

[7] Söylem (discourse) sözcüğü, edebiyat ve kültür teorilerinde çeşitli anlamlar içerir, ancak yine de teorik metinlerin içinde çoğu zaman tanımı yapılmaz. Sözcüğün çeşitli tanımları - örneğin felsefi anlamı, teorik anlamı ve terimin genel anlamı gibi- vardır. Bu çalışmada, Foucault'nun söylem tanımlarından biri esas alınmıştır. Foucault, söylemin içindeki belli bazı yapıları tartışırken, söylemi 'bireyselleştirilebilir ifadeler grubu' olarak tanımlar. Söylemleri teşhis edebilmekle, yani bir şekilde düzene sokulabilecek ve aralarında bir tutarlılık ve ortak bir güç varmış gibi görünen bir grup sözle ilgilenir Foucault. Bu tanım sayesinde bir kadınsılık söyleminden, bir emperyalizm söyleminden, veya diğer başka söylemlerden konuşmak mümkün hale gelir. Bu çalışmada söylem terimi diğerlerinden ziyade bu anlayış çerçevesinde kullanılır. Michel Foucault, *The Archaeology of Knowledge*, (çev.) Sheridan Smith, A.M., Londra: Tavistock, 1972, s.80.

ye'deki kadın dergilerinin öncelikle farklı kadın seslerine kendilerini ifade etme imkânı sağladığı ve kadınların güçlenmesini teşvik eden feminist politikalarla ortak bir hedefe sahip olduğu görülür. Buna karşın, Britanya kadın dergilerinde feminizm, her şeyden önce ticari göstergeye (sign) dönüştürülen kültürel bir değeri ifade eder. Başka bir deyişle, feminizm, çoğunlukla ticari ürünler aracılığıyla yeniden tanımlanıyor ve bir tarz, bir görünüş, vs. gibi sembolik unsurlarla fetişleştiriliyor.

Bu bölümde, öncelikle, kültürel çalışmalar alanında yapılan öncü çalışmalara meydan okuyan feministlerin, popüler kültür üzerine yaptıkları araştırmalar incelenecek. Ardından, feminist araştırmacıların kadın dergilerini incelemek için kullandıkları kuramsal ve metodolojik yaklaşımlar ele alınacak. Son olarak ise, dergi analizlerinde ortaya çıkan ana temalar tartışılacak. Bu çalışmada önemle vurgulanan konulardan biri, kadın dergilerinin söylemsel dünyası ile kadınsılığın ve feminizmin değişen biçimleri arasında bir ilişkinin olduğudur.

Kültürel Çalışmalarda Popüler Kültür Analizlerine Feminist Yaklaşımlar

Feminizm ve popüler kültür arasındaki ilişki başından beri muğlâk olmuştur. Morag Shiach'ın da belirttiği gibi, bunlar birbirine paralel terimler değildir: "biri politik bir uzamı, diğeri bir çalışma konusunu imler."[8] Bununla beraber Shiach'a göre, 'popüler kültür' içinde politik meşruiyet, sınıf kimliği ve kültürel değerler gibi bir dizi tartışmayı barındıran ve kültürel çalışmaların gerek kuramını gerekse metodolojisini şekillendiren geniş bir çalışma alanıdır. Shiach, bunların feminizm açısından sorun teşkil ettiğini düşünür ve 'popüler kültür'ün hem kurumsal bir alan hem de politik bir kavram olarak, genellikle sınıf kimliği, tarihsel değişim ve politik mücadele gibi tanımları içerdiğini, ancak çoğunlukla feminizmin gündeme getirdiği sorunları göz ardı ettiğini öne sürer (a.g.e.).

[8] Shiach, 1994, s.331.

Popüler kültür üzerine yapılan ilk feminist araştırmalar,[9] popüler kültürün bu özelliğinin eleştirisi olarak ortaya çıktı. Bu çalışmalar medyayı, cinsiyetler arasındaki ataerkil ilişkilerin yeniden üretilmesinin başta gelen sorumlusu olmakla suçladı; popüler medya metinlerinin kadınlar hakkında şeffaf ve gerçekçi olmayan mesajlar verdiğini ve kadınların medyanın pasif izleyicileri olduklarını öne sürdü. Ne var ki, medyayı düşman olarak tanımlamak sadece kadınların toplumdaki rolünü basite indirgemekle kalmaz, aynı zamanda kadınlar arasındaki sınıf, yaş, ırk ve cinsel tercih gibi farklılıkları görmezden gelerek, bütün kadınları içine koyabileceği türdeş bir 'kadın' kategorisi olduğunu varsayar.

Bu yaklaşım, popüler medya metinlerinin çok çeşitli anlamlar barındırdığını ve dolayısıyla birçok farklı tanımlamaya ve okumaya tabi tutulabileceğini öne süren feminist akademisyenler tarafından eleştirildi. Feminist eleştiriler medyanın gücünü inkâr etmiyordu; fakat artık, medyadaki temsil mekanizmasının nasıl çalıştığı, tüketicilerin bunlarla nasıl etkileşime geçtiği ve bu temsillerden ne tür anlamlar ürettiği gibi daha geniş ölçekte tasarlanmış sorular soruluyordu. 1970'lerden itibaren, kültürel çalışmalar içerisinde medya ve temsil üzerine yapılan analizlerinin önemi giderek arttı. Susan Sheridan'ın da ortaya koyduğu gibi, kültürel çalışmalar, "kendi çalışma alanını modern toplumsal yaşamın anlamının araştırılması olarak belirledi ve bu alan içinde toplumsal cinsiyet, sınıf ve diğer sosyal farklılıkların çeşitli bağlamlarda hangi yollarla oluşturulduğunu inceledi."[10] Kültürel çalışmaların incelemelerinde 'sınıf' her zaman önemli bir inceleme kategorisi olmuştu, bu alana yeni bir kategori olarak 'top-

---

[9] Erken dönem feminist eleştiri ve kadınsılığın popüler kültürdeki temsilleri üzerine tartışmalar, Betty Friedan'ın *The Feminine Mystique* (Londra: Penguin, 1963) ve Germaine Greer'in *The Female Eunuch* (Londra: MacGibbon & Kee, 1970) adlı kitaplarında yapıldı. Diğer erken dönem medya eleştirisi çalışmaları ise Gaye Tuchman tarafından derlenen Gaye Tuchman (der.), *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*, adlı antolojide toplandı. New York: Oxford University Press, 1978.

[10] Susan Sheridan, 'Reading the Women's Weekly: Feminism, Femininity and Popular Culture', Barbara Caine ve Rosemary Pringle (Der.), *Transitions: Australian Feminisms* (Australia: Allen & Unwin, 1995) içinde, s. 88-101, (s.89).

lumsal cinsiyetin' dâhil edilmesi ise feminist eleştirmenlerin çabaları sayesinde oldu.

Popüler kültürle bağlantılı olarak kültürel çalışmalar alanının öncü yapıtları, Richard Hoggart'ın *The Uses of Literacy,*[11] Raymond Williams'ın *Culture and Society*[12] ya da E. P. Thompson'ın *The Making of the English Working Class*[13] gibi, "19. yüzyılın kültürel hiyerarşileri ve onları kuramsallaştırmanın farklı yolları üzerinde yoğunlaştılar."[14] Bu çalışmalar, kadınları dışlayan ya da onları marjinalleştiren belli bazı kültürel formları seçtiler ve onları 'işçi sınıfının içinde bulunduğu koşulların tipik' bir örneği olarak değerlendirdiler. Hoggart, Williams ve Thompson'ın araştırmaları, kültürel çalışmaların merkezi ve semboli olan Birmingham Üniversitesi Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi'nin çalışmalarına yön vermede ve biçimlendirmede önemli rol oynadı. Merkez'deki araştırmacıların popüler kültürü 'egemenlik ve direniş' alanı olarak ele aldığı incelemeler, 1970'lerde, kurumsal ve akademik yaklaşımların temelini oluşturdu. Örneğin, *Resistance Through Rituals*[15] isimli kitap, Antonio Gramsci'nin çalışmalarından yola çıkarak sınıf ve hegemonya analizleri bağlamında erkek alt kültürlerini inceler. Bununla birlikte, bu alanda yapılan erken dönem çalışmalarının pek çoğu, toplumsal cinsiyet, ırk, cinsel yönelim ve özel yaşamla ilgili sorunsalları ikincil bir konuma iter.

McRobbie gibi bazı feminist araştırmacılar, kültürel çalışmalar alanında yapılan erken dönem popüler kültür çalışmalarını, genç kadınları marjinalleştirdikleri gerekçesiyle eleştirdi.[16] Dolayısıyla, McRobbie'ye göre, bu çalışmalar, genç kadınların ev işleri ve

---

[11] Richard Hoggart, *The Uses of Literacy*, (Harmondsworth: Penguin, 1957).

[12] Raymond Williams, *Culture and Society 1780-1950* (Harmondsworth: Penguin, 1958).

[13] E. P. Thompson, *The Making of the English Working Class*, (Londra: Gollancz, 1963).

[14] Shiach, (1994), s.335.

[15] S. Hall ve T. Jefferson (der.), *Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-war Britain* (Londra: Hutchinson, 1976).

[16] Örneğin, 'Settling Accounts with Subcultures' adlı makalesinde, Angela McRobbie, sadece erkekleri kapsayan altkültür çalışmalarını ve erkek bakışıyla yapılan araştırmaları sert bir şekilde eleştirdi. *Screen Education*, (1980), 34, s. 37-49.

çalışma yaşamının çelişkileri arasında nasıl bir konumda bulunduklarını, onların popüler kültürle olan ilişkilerini ve erkeklerle aralarındaki farklılıkları değerlendirmekte yetersizdi. Feministler ayrıca, televizyon haberleri, spor bültenleri gibi belli medya formlarını ve onların tüketici alışkanlıklarını incelemeye değer konular olarak gören, erken dönem medya araştırmalarına da tepki gösterdi. Bu çalışmaların bütünüyle erkek izleyicilere ve tüketicilere hitap eden popüler kültürel formlar üzerinde yoğunlaştığı görülür.[17] Medya üzerine çalışan feminist araştırmacılar, medyanın kültürel üretimde taraflı olduğunu göstermenin yeterli olmayacağı görüşündeydi. Dahası bu araştırmacılar, toplumsal cinsiyet kimlikleri ve medya, politika ve toplum arasındaki ilişkiler birlikte ele alındığında, toplumsal cinsiyetin medya metinlerinin oluşturulmasında temel unsurlardan biri olduğu gerçeğinin göz ardı edilemeyeceğini ileri sürdüler.[18]

Women Take Issue[19] isimli kitapta yer alan denemeler, toplumsal cinsiyet temelli farklılaşmanın sınıf, ırk ve yaşla nasıl ilişkilendirilebileceğini inceleyen ilk örneklerden biridir. Birmingham Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi'nden Hobson, McRobbie ve Winship gibi feminist araştırmacılar, popüler kültür tartışmalarında kullanılan terimleri ve erkeksi (masculinist) eğilimleri sorgulayarak pek çok önemli çalışma yaptılar;[20] bu çalışmalar Merkez'de kendilerinden önceki çalışmaların toplumsal cinsiyeti görmezden gelen yaklaşımlarına meydan okudu. Daha çok genç kızlara ve kadınlara

---

[17] Örnek için bkz., S. Cohen & J. Young, *The Manufacture of News* (Londra: Constable, 1973); J. Fiske & J. Hartley, *Reading Television* (Londra: Methuen, 1978); B. Jones, "The end of the affair", içinde, *Working papers in Cultural Studies*, 3, s.89-101.

[18] Örneğin bkz., R. Harrison, "'Shirley": Relations of reproduction and the ideology of romance'; CCCS Women's Studies Group, *Women Take Issue* (Londra: Hutchinson, 1978), s. 176-95; A. McRobbie, *Jackie: An Ideology of Adolescent Femininity*, (Birmingham: The Centre for Contemporary Cultural Studies, 1978); D. Hobson, 'Housewives and the Mass Media' içinde *Culture, Media, Language*, S. Hall vd., (Londra: Hutchinson, 1980) s.105-114.

[19] CCCS Women's Studies Group, *Women Take Issue* (Londra: Hutchinson, 1978).

[20] Hobson, (1980), s.105-114; McRobbie, 1978; Janice Winship, 'A Woman's World: *Woman* – an Ideology of Femininity', içinde, *Women Take Issue* (Londra: Hutchinson ve Birmingham CCCS Women's Studies Group, 1978), s. 133-154.

yönelik popüler kültür metinlerini inceleyerek, toplumsal cinsiyet temelli öznelliğin (gendered subjectivities) oluşturulması konusuna odaklandılar ve politik kimliklerin düzenleyici kategorilerinden biri olan 'kadınsılığın' önemini vurguladılar. Bu gelişmeler sonucunda kültürel çalışmalar, "Birmingham Merkezi'nde kadın ve erkek araştırmacılar arasında popüler kültürü tanımlamada kullanılan terim, bağlam ve konular üzerinden toplumsal cinsiyet mücadelesinin yürütüldüğü"[21] bir alan haline geldi.

1970'lerin sonundan itibaren feminist araştırmalar, ideal kadınlık, kadınsılık ve toplumsal cinsiyet kimliği imgelerinin oluşturulduğu ve yaygınlaştırıldığı önemli bir forum olan ticari medya üzerinde yoğunlaştı. 'Kadın türleri' olarak adlandırılan popüler kültür formlarının -pembe diziler, reklamlar, aşk romanları, 'arkası yarın' programları, kadın dergileri ve bazı film türlerinin- önemine dikkat çekildi. Helen Baehr ve Ann Gray'in de belirttiği gibi, bu alanda yapılan çalışmaların doğasında gözlemlenen değişimler "kadınsılığı, kadın kimliğini ve kültür politikalarını anlamaya yönelik, kapsamı giderek genişleyen kuramsal çalışmaların bir parçası olarak,"[22] yorumlanabilir.

Feminist araştırmaların gündeme getirdiği temel meselelerden biri de, görsel ve yazılı popüler kültür formlarının kadın ve kadınsılık kategorilerini yeniden tanımlamalarıdır. Bu tanımlar kadınlara atfedilen öznellikler,[23] cinsel farklılıklar ve hazzın oluşturulma şekilleri üzerine yoğunlaşır. Dolayısıyla, medyanın tüketicileri olarak kadınlar, feminist çalışmaların temel öznesi konumuna oturtulmuşlardır. Bu çalışmaların kilit unsurlarından biri,

---

[21] Leslie G. Roman, Linda K. Christian-Smith ve Elizabeth Ellsworth (der.), *Becoming Feminine: The Politics of Popular Culture*, Introduction, (Basingstoke: Taylor & Francis Ltd, 1988), s.14.

[22] Helen Baehr & Ann Gray (der.), *Turning it On: A Reader in Women & Media*, (Londra: Arnold, 1996), s.59.

[23] Christian-Smith'e göre kültürel çalışmaların feminizme yaptığı önemli bir katkı da, bu alanda yapılan araştırmaların, toplumsal cinsiyet temelli öznelliklerin oluşturulmasında toplumsal süreçler ve uygulamaların rolü üzerine yoğunlaşmasıdır. Linda K. Christian-Smith, 'Romancing the Girl: Adolescent Romance Novels and the Construction of Femininity', Leslie G. Roman, Linda K. Christian-Smith ve Elizabeth Ellsworth (der.), içinde, *Becoming Feminine: The Politics of Popular Culture* (Basingstoke: Taylor & Francis Ltd, 1988), s.76-101, (s.76).

medyanın cinsiyete dayalı iş bölümü ile kadınların ve kızların ev içinde izole edilmiş ve tabi kılınmış durumlarını nasıl sunduklarını saptama çabasıdır. Bu alandaki öncü çalışmalar, Hobson'un kadınların en sevdiği televizyon ve radyo şovlarını incelediği çalışmalarıdır.[24]

Feminist kültürel çalışmalar, yalnızca popüler kültürde kadınların temsili, metinlerde kimliklerin oluşturulması -örneğin cinsiyetler arasındaki farklılıklar- üzerinde çalışmakla kalmadı; aynı zamanda kadınların mevcut güç odaklarına nasıl direndiklerini, onlarla nasıl pazarlık ettiklerini, özellikle popüler kültür ve kitle iletişim araçlarıyla bağlantılı toplumsal uygulamaları da inceledi. Böylelikle, metinlerin tüketiciler için ne ifade ettiği, ne tür anlamlar ürettikleri feminist popüler kültür çalışmaları içerisinde önem kazanmaya başladı. Bu çalışmalar, izleyiciyi-okuyucuyu araştırmanın merkezine oturtarak ona büyük önem atfetti; genç kızların ve kadınların feminizmle ilk yüzleşmelerinin kanıtı olarak MTV yıldızlarıyla hayranlarının kurduğu ilişki, pembe dizilerin kadınlara belli hazlar sunma biçimleri ve beyaz dizileri okumak gibi farklı örnekler üzerinde yoğunlaştı.[25] Bu alandaki öncü çalışmalardan biri Tania Modleski tarafından yapıldı. Modleski, *Loving With A Vengeance* adlı kitabında, üç ayrı kültürel formu (aşk romanları, Gotik romanlar ve televizyondaki pembe diziler) inceledi ve her birinin ağırlıklı olarak kadınlar tarafından tüketilmesine rağmen bu popüler kültür formlarına ilişkin teorik tartışmalarda kadınların kendilerine yer verilmediğini öne sürdü. Bu metinleri incelerken, argümanını kültürel karamsarlığın reddi üzerine oturttu ve söz konusu kültürel formları kaçış edebiyatı (escapism) ya da ideolojik manipülasyon aracı olarak görmeyi reddetti. Aksine Modleski, bu popüler kültür formlarının "devamlılık arz eden popülaritesinin, kadınların yaşamlarındaki birtakım 'gerçek' sorunlara işaret etmesinden kaynaklandığını," savun-

---

[24] Örnek için bkz. Dorothy Hobson, (1980 ve 1982).

[25] Örnek için bkz. Lisa A. Lewis, *Gender Politics and MTV: Voicing the Difference* (Philadelphia: Temple University Press, 1990) ; Christine Geraghty, 'A Woman's Space', H. Baehr & A. Gray (der.), *Turning it On: A Reader in Woman and Media* (Londra: Arnold, 1996) içinde; ve Janice Radway, *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature* (Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1984).

du.[26] Janice Radway'in beyaz dizi okuma pratiği üzerine okuyucularla mülakat yaptığı çalışması da bu alandaki ilk örneklerden biridir.[27] Radway, okuma eylemini, toplumsal ve günlük olayların bir parçası olan karmaşık bir faaliyet olarak değerlendirir. Radway'a göre okuma, anlam ve hazzın üretimini kapsayan aktif bir müzakere sürecidir.

Feminist araştırmaların gelişim sürecinin de gösterdiği gibi, feminist eleştirmenler artık kadınsılık imajlarını baştan lanetlemiyor ya da popüler kültür metinlerini, özellikle de kadına yönelik türleri, kadını erkek bakış açısından sunduğu için dışlamıyor. Bu metinlerin çoğunlukla kadın bakış açısıyla yazıldığını kabul ediyor ve üstü kapalı ya da açık bir şekilde feminist düşünceye paralel direniş yöntemleri sunan, güçlü ve sınırları zorlayan kadın imgelerini temsil ettikleri için bu metinler 'ilerici' (progressive) olarak nitelendiriliyor. Bunun sonucunda feministler, kendilerinden önceki araştırmacılar tarafından önemsiz, boş ve konuyla ilgisiz bulunarak görmezden gelinen metinlerin incelenmesine yeni teorik ve metodolojik yaklaşımlar getirdi ve önemli çalışmalar yaptı. Bu çalışmaların popüler kültür incelemelerinde kadınsılığın analitik bir kategori olarak inşasına katkıda bulunduğunu belirtmek gerekir.

Ancak, yukarıda tartışılan feminist araştırmaların teorik ve metodolojik yaklaşımları bazı sorunlar içerir. En önemli sorunlarından biri, kadınları yalnızca popüler kültürün tüketicisi olarak konumlandırmalarıdır. Bunun sonucunda, kültürel çalışmalar içerisinde gelişen feminist eleştiri, Shiach'ın da öne sürdüğü gibi, "kadınları giderek artan bir biçimde haz ve tüketim konularına yöneltirken, tarih ve üretimle ilgili sorunlardan uzak tuttu."[28] Popüler kültür metinlerinin üretimi ve tüketimiyle toplumsal cinsiyet temelli öznellikler arasındaki bağlantı, çoğunlukla gözden kaçtı. Böyle bir yaklaşım, feministlerin gittikçe daha fazla haz ve tüketim meselelerine yönelmesine ve geleneksel ikili bölünmelerin (dichotomy) de muhafaza edilmesine yol açtı. Modleski, feminist araştırmaların bu eğilimine dikkat çeker ve

[26] Tania Modleski, *Loving with a Vengeance: Mass-Produced fantasies for women*, (New York: Methuen, 1984), s.14.
[27] Radway, (1984).
[28] Shiach, (1991), s. 337.

şöyle devam eder: "Sayısız eleştirmen bir uçta kadınsılık ile tüketim ve okumayı, diğer uçta ise erkeksilik ile üretimi ve yazmayı bağdaştırmakta ısrar ediyor."[29] Modleski'nin sözleri, bu kategorileştirmelere meydan okumak, kadınlar ve kültür ürünleri arasında üretken bir ilişki tesis etmek, bunun yanı sıra haz ve tüketim sorunlarını olduğu kadar tarih ve üretim sorunlarını da ele alabilmek için feminist eleştirinin teorik ve politik açıdan önemli bir gelişime ihtiyacı olduğuna işaret eder. Shiach, kültürel çalışmalar alanı içinde feminist eleştirinin ısrarla altını çizdiği noktalar konusundaki endişesini dile getirirken şöyle der:

> *tüketimi, hazzı ve kadınsılığı ön plana çıkaran feminist eleştirmenlerin, kültürel çalışmaların evrenselliği, üretkenliği, politika yapmayı ve mücadele etmeyi öneren hâkim paradigmalarına karşı, ayakları yere basan bir eleştiri getirmesini imkânsız hale getirebilir. Bu durum, feminist eleştirinin kültürel çalışmalar içerisinde marjinalleştirilmesine yol açar ve erkeği tarihe, kadınıysa aile içerisine oturtan ikili bölünmelerin güçlenmesini sağlar."*[30]

Feminist eleştiri kadınların politik ve kültürel kimliklerini dile getirmeyi hedefliyorsa, feminist eleştirmenler popüler kültür metinlerini daha geniş bakış açılarından tartışmaya açmalı ve Shiach'ın da belirttiği gibi, "kültürel çalışmalar disiplinindeki kırılmalara neden olan hiyerarşilere ve zıtlıklara karşı çıkmanın yollarını bulmalılar."[31]

Böyle bir tartışma başlatmanın bir yöntemi, tüketim yerine üretime vurgu yaparak, kültürel anlamların hem üreticisi, hem de tüketicisi olan kadınların deneyimlerini kavramlaştıran teoriler geliştirmek ve feminist politikalar üretmenin daha etkili yollarını bulmak olabilir. Bu kitap, popüler kültür çalışmalarına yönelik böyle bir yaklaşımı benimser; çünkü bu yöntem herhangi bir kültürün içinde ya da kültürlerarası çalışmalarda toplumsal cinsiyet temelli öznelliklerin nasıl yeniden üretildiğini, kimler tarafın-

---

[29] Tania Modleski, 'Femininity as Mas(s)querade: A feminist approach to mass culture', C. MacCabe (der.), *High Theory/Low Culture: Analysing popular Television and Film* (Manchester: Manchester University Press, 1986) içinde, s. 37-52, (s. 41).

[30] Shiach, (1991), s. 337.

[31] a.g.e., s. 338.

dan üretildiğini, kimlerin çıkarlarına hizmet ettiğini ve nasıl oluşturulduğunu inceleyebilecek araçlar sağlar. Kadın dergileri üzerine yapılan feminist araştırmaların gelişimini kısaca inceledikten sonra, yakın dönemde yapılan çalışmalar üzerine yoğunlaşarak bu kitapta yapılan çalışmanın teorik ve metodolojik çerçevesini tartışacağım.

Kadın Dergileri Üzerine Feminist Araştırmalar

Üniversitelerde 'Kadın Çalışmaları' programlarının kurulmasından bu yana, kadın dergilerinin önemi üzerine giderek genişleyen bir literatür oluştu ve gerek medya, gerekse kültürel çalışmalar alanında dergiler incelenmeye değer konular olarak görülmeye başlandı. Her iki alanda da farklı inceleme aşamalarından geçildi; ancak, bu aşamalar tam olarak kronolojik bir sıra izlemez, bu nedenle incelenen konular bazen birbiriyle çakışır.

1970'lerin başında yapılan feminist araştırmalar, öncelikle geleneksel kadınsı güzelliği 'feminine beauty', moda ve aşk ilişkileri ile ilgilenen kadın dergilerinin, tüketim kültürünün çıkarına hizmet eden, nesneleştirilmiş ve yanlış kadın imajları sunan mesajlar içerdiğini ileri sürdü. Bu bakış açısına göre sundukları ürünlerle parıltılı reklamlar, kadınları kusurlarının ve fiziksel hoşnutsuzluklarının üstesinden gelebilecekleri ve kendilerine olan güvenlerini geliştirebilecekleri konusunda ikna etmeye çalışıyorlardı. Örneğin, Frankfurt Okulu'ndan etkilenen Germaine Greer, feminist manifesto niteliğindeki *The Female Eunuch* (1970) isimli kitabında,[32] kadın dergilerindeki ideolojinin, yanlış bilinci empoze eden çarpıtma stratejisiyle işlediğini öne sürer.

Ancak, 1970'lerin sonundan itibaren kadın dergilerine yönelik feminist bakış açısı, yine bu dönemden itibaren kadın dergileri dünyasında gözlemlenen değişimlerle beraber değişti. Kadın dergileri üzerine daha eleştirel ve analitik çalışmalar geliştirildi.

---

[32] Frankfurt Okulu'nun kuruculanndan Theodor Adorno, Max Horkheimer gibi düşünürler, 'kitle kültürü'nün en etkili teorisyenleri olarak bilinir. Frankfurt ekolü çoğunlukla ücretli işgücü ve endüstriyel kapitalizm bağlamında 'kitlelerin' deneyimleri üzerinde durur; ancak, feminist eleştiri bu teoriyi farklı bir sınıfı, yani kadınlardan oluşan cinsiyet temelli bir sınıfı incelemek için kullanır.

Bazı çalışmalar, Althusser'in ideoloji teorisinden[33] yola çıkarak, anlam ve değerlerin toplumsal olarak oluşturuldukları gerçeğini gösterdi. İdeoloji kavramı üzerine yapılan çalışmalar, bu kavramın toplumda var olan kurumsal güç ilişkilerinin yeniden üretilmesindeki önemini vurguladı. Kurumsallaşan ataerkil ve kapitalist güç ilişkileri 'ideal' kadın imajını ve 'cinsel farklılığın' anlamını belirler. Winship, "kadınlar olarak hepimiz, öznelliğimizi, kısmen kadın dergileri tarafından üretilen kadın tanımına bağlı olarak kazanıyoruz" der ve ekler: "bu tanım, ataerkil değerlerin kapitalizm içinde nasıl yeniden üretildiğinin özetidir."[34]

Feminist düşünürler, kadınsılığın oluşturulma biçimlerini ve bunların kadın dergilerinin yazılı ya da görsel metinlerindeki ideolojik imalarının neler olduğunu inceledi. Örneğin, Birmingham Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi'nden Angela McRobbie[35] ve Janice Winship'in[36] erken dönem çalışmaları, kadınsılığın ideolojik olarak kadın ve gençlik dergilerinde nasıl inşa edildiğini kapsar. Her iki teorisyen de, incelemelerinde göstergebilim ve Marksist toplumsal hegemonya analizini kullanır.

Sınırlı olmakla birlikte, Türkiye'deki feminist akademisyenler de kadın dergilerini ideolojik açıdan inceledi; Yeşim Arat'ın *Kadın ve Aile*[37] isimli İslami dergi üzerine yaptığı çalışma buna bir örnektir. Arat, bu derginin sayfalarında İslami ideoloji yoluyla kadın kimliğinin nasıl oluşturulduğunu incelerken, 1970'lerin feminist kültürel çalışmalarına benzer bir çerçeve kullanır. Arat aynı zamanda, dergiyi üreten ya da okuyan kadınların yaşamlarındaki İslami kadın kimliğine alternatif öznellikler oluşturmak yoluyla günlük yaşamlarının sınırlarını genişleten derginin bir kurum olarak rolünü de inceler.

---

[33] Louis Althusser, 'Ideology and Ideological State Apparatuses', *Lenin and Philosophy* (Londra: New Left Books, 1977) içinde.

[34] Winship, (1978), s.134.

[35] McRobbie, (1978). Ayrıca *Jackie* dergisi üzerine yaptığı daha sonraki bir çalışması için bkz.; '*Jackie*: An Ideology of Adolescent Femininity', B. Waites, T. Bennet ve G. Martin (der.), *Popular Culture: Past and Present* (Londra: OUP ve Routledge, 1993) içinde, s.263-83.

[36] Winship, (1978).

[37] Yeşim Arat, 'Feminism and Islam: Considerations on the Journal *Kadın ve Aile*', Şirin Tekeli (der.), *Women in Modern Turkish Society* (Londra: Zed, 1995) içinde, s.66-77.

1980'lerde post-yapısalcı çalışmaların da etkisiyle, feminist akademisyenlerin kadın dergileri üzerine yaptıkları çalışmalar ideoloji kavramının ötesine geçmeye çalıştı. Çünkü ideoloji kavramının bir çeşit ideal ve özsel bir kadınlık durumu ima ettiği fark edildi. McRobbie'nin de belirttiği gibi "artık önemli olan ideolojinin arkasında yatan gerçeği ortaya çıkarma çabası yerine, yapılması gereken anlamın gücünü sorgulamak."[38] Feminist bakış açısından yapılan çalışmaların bu aşamasında kadın dergileri, günümüzde kadınlığın tanımlandığı ticari ve rekabetçi alanlar olarak görülmeye başlandı. Kadınlık hakkında sunulan bilgi paketleri, bir yandan kadınların bilincini şekillendirmeye yardım ederken, diğer yandan da belli istek ve arzuların oluşmasını sağladı. Böylelikle, kadın dergilerinde anlamların nasıl oluşturulduğunu inceleyen çalışmalara ek olarak, feminist araştırmacılar, kadın dergilerinin okurlarına sundukları metinsel hazlar konusunda da sorular sormaya başladı. Psikanaliz, edebiyatta ve kültürel çalışmalarda yapılan metinsel haz analizlerinde sıkça kullanılan bir yöntem haline geldi. Ancak bu yaklaşım, kadın dergilerini kadın hazzının bir kaynağı olarak kutsama ve ideolojik etkilerini görmezden gelme tehlikesi taşır.

Diğer taraftan, kadın hazzı üzerine düşünmek, çoğu kadının aynı zevkleri paylaştığının farkına varan feminist akademisyenleri, feministler ve 'sıradan kadınlar' arasındaki ilişkiyi yeniden değerlendirmeye götürdü. Örneğin, kadın dergilerini ve okuyucularını inceleyen bir grup feminist araştırmacı, kitabın giriş bölümünde, bu konuya duydukları ilginin, kendilerinin de kadın dergilerini zevkle okumaktan kaynaklandığını belirtirler.[39] Yine de şunu belirtmeden geçmezler: "bu zevk hiçbir şekilde naif, açıkça belirtilen ya da sorunsuz değildir" (a.g.e.), dolayısıyla okuyucuların, kadınsılığın ideolojik ve çelişkili temsilleri konusunda müzakere yapma duyarlılığına sahip oldukları görülür. McRobbie'ye göre, feminist araştırmacıların bu itirafı 'feminizm' ve 'kadınsılık' kavramlarını birbirinden ayıran zıtlık çizgisini bulanıklaştırmaya

[38] McRobbie, 1997, s.193.

[39] Ros Ballaster, Margaret Beetham, Elizabeth Frazer ve Sandra Hebron, *Women's Worlds: Ideology, Femininity and the Women's Magazine* (Londra: Macmillan, 1991), s.1.

başlar.[40] Bu da feminist ve feminist olmayan kadınlar arasındaki mesafenin daraldığına işaret eder. Böylesi bir değişim feminizmin popülerleşmesinde rol oynayan önemli etkenlerden biri olarak görülebilir.

1980'lerin sonlarından bu yana feminist araştırmacılar, kadın okurlara gittikçe daha fazla güç atfetti. Kadın dergileri üzerine yapılan bazı çalışmalar metin incelemesi düzeyinde kalırken, diğer bazı çalışmalar kısmen okuyucuların deneyimleri üzerine yoğunlaştı. Örneğin, bir grup feminist araştırmacı, Ballaster *vd.* (1991), hedeflenen okuyucu ile gerçekte okur olan özne arasındaki ilişkiyi incelemek için kadın okuyucularla grup halinde mülakatlar yaptı. Araştırmalarının sonuçlarını *Women's Worlds* (1991) isimli kitapta yayınlayan yazarlar, okuyucuların kadın dergilerinin ürettiği anlamları çeşitli biçimlerde sorguladıklarını iddia etse de, diğer taraftan bu dergileri okumanın eşit olmayan toplumsal cinsiyet ilişkilerini yeniden üreten ve meşrulaştıran 'kurumsallaşmış' bir uygulama olduğunu ileri sürer. Genel olarak bu çalışma, uzun süreden beri kadın dergileri tarafından somutlaştırılan ve statikleştirilen toplumsal cinsiyet farklılıklarına, feminizmin nasıl etkili bir biçimde meydan okuyabileceğini tartışmaya açar.

Janice Winship'in *Inside Women's Magazines*[41] isimli kitabı, metin analizi ve okurun algısına yönelik (reception) incelemeyi bir araya getiren diğer bir çalışmadır; fakat burada sadece bir okuyucu üzerinde durulmuştur ki o da yazarın kendisidir. Winship, üç dergi üzerinde yoğunlaşarak, dergilerin okura sunduğu hazları ve bir okuyucu olarak bireyin, bu durumda kendisinin yapabileceği eleştirileri inceler. Ancak, Winship'in kadın dergileri okuma pratiği üzerine kendi deneyimlerinden yola çıkarak yaptığı bu inceleme, okuyucuların çoğunluğunu temsil etme özelliğine sahip değildir. Okurun algısı üzerine yapılan ve popülasyonu temsil etme niteliğine sahip çalışmalar Winship'in çalışmasını takip etti. Örneğin, Joke Hermes'in etnografik çalışması, *Reading Women's Magazines* (1995), okuyucuların gündelik

[40] McRobbie, 1997, s.194.
[41] Janice Winship, *Inside Women's Magazines*, (Londra: Pandora Press, 1987).

yaşamları bağlamında, kadın dergilerini anlamlandırma sürecini kuramsallaştırmayı amaçlar.

Kültürel çalışmalar içerisinde etnografik araştırma, insanların haz alma ve kendi yaşamlarını anlamlandırmada kültürel metinleri ne şekilde kullandığını incelenmek için faydalı bir yöntemdir. Ancak, daha önce de belirtildiği gibi, kadın dergilerinin okuyucular tarafından nasıl algılandığı ve anlamlı hale getirildiğini incelemek, bu çalışmanın kapsamı dışındadır. Bu çalışmada kullanılan yöntem, dergilerde anlamın nasıl üretildiğini incelemek için kültürel metinleri ve bu metinleri oluşturanları kapsar. Bu nedenle, kültürel ürünleri, üreticileri ve piyasayı kapsayan inceleme alanları araştırmaya dahil edilirken, bu metinlerin algılanma ve anlamlandırılma süreci inceleme dışında bırakıldı.

Yukarıda özetlenen çalışmaların da gösterdiği gibi, erken dönemde yapılan araştırmaların çoğu, kadın dergilerini kadınlara yönelik toplumsal baskının örneği olarak değerlendirme eğilimi gösterirken, son yıllarda yapılan araştırmaların odak noktası değişti; dergilerin, bireyin kendini geliştirmesine yönelik yeni bir söylem inşa etme girişimleri bu değişime neden olmuştur. Kadın dergilerinin, kadınların özgürleşmesiyle ilgili konulara yavaş yavaş yatırım yapmaya başlaması, dergilerin pek çok konuya olan yaklaşımını değiştirdi. Örneğin, kadın dergilerinin anaç tavrı ve ev ve aile bakımı üzerine verdikleri tavsiyeler yerini yeni tür tavsiyelere ve feminizmin liberal bir versiyonuna bıraktı. Okuyucular daha iyi bir kariyere ve ekonomik bağımsızlığa sahip olmak için teşvik edildi. Kendini geliştirme ve kendine güven, genç kadın dergilerinin söylemini oluşturan bir ilke haline geldi. *Cosmopolitan*'ın editörü Linda Wood, 1960'lı ve 1970'li yıllarda kadınların yaşamında görülen kayda değer değişime işaret ederken, ekonomik bağımsızlığını elde etmiş kadınların sayısındaki artışı özellikle vurgular. Bu değişimle derginin içeriği arasında bir bağlantı kurar: "*Cosmopolitan* 1970'lerin başında yayınlanmaya başlandığında kadınların yaşamlarındaki bu değişime karşılık verdi ve kendi yaşamını kontrol edebilen kadınları hedefledi." (bkz. Mülakatlar, s.253). McRobbie'nin de belirttiği gibi feminizm ve genç kadın dergileri arasında süregelen bir ilişki vardır ve bu

ilişki "feminizm ve kadınsılık arasındaki karşıtlığın çözüldüğüne"[42] işaret eder. Feminist söylemler kadın dergilerinin ve bu dergilerde yer alan reklamların içine o denli dâhil edildi ve uyumlandırıldı ki, kadınsılık kavramı gittikçe daha fazla feminist düşünce ve değerlerle özdeşleştirilmeye başlandı. Bu değişim, günümüz kadın dergilerinde kadınsılık ve feminizm kavramları arasındaki ilişkiyi yeniden değerlendirmeyi gerekli kılar.

Kadınsılık ve Feminizm Arasındaki İlişkinin Yeniden Kavramsallaştırılması

Medya metinlerinin üretim süreci, çatışan çıkar ve söylemlerin yol açtığı gerilimler ve çelişkilerle doludur. Kadın dergileri söz konusu olduğunda, dergilerin üslubu ve içeriği önemli ölçüde sermayenin ve ataerkil[43] değerlerin çıkarları doğrultusunda şekillenir. Ancak, sermaye ve ataerkil ideoloji arasındaki ilişkiler de tamamıyla sorunsuz değildir, zaman zaman onların arasında da gerilim yaşanabilir. Bu nedenle monolitik bir söylem söz konusu değildir: Kadın dergilerinin herhangi bir sayısına bakıldığında, bu sayıda sunulan kadınsılık imajları arasında çeşitli çelişkiler görülür. Ataerkil ve ticari söylemlere ek olarak feminizm de, McRobbie'nin ortaya koyduğu gibi, "gelişen bir oluşum ve kadınların temsil edilmesinde politik bir güçtür."[44] Böylelikle, kadın dergilerinde yer alan gerilimlerin üç boyutu olduğu söylenebilir: Kadınları tüketici olarak sömüren ve kullanan ticari kaygı, kadınların eşit olmayan toplumsal cinsiyet ilişkilerini kabul edebilmelerinin gerekli bir ön koşulu olarak heteroseksüelliğin sürekliliğini sağlamayı amaçlayan ataerkil kaygı ve de kadınları hem kamusal hem de özel alanda güçlendirmeyi hedefleyen feminist kaygı. Üç boyutun iç içe geçmesiyle, kadın dergilerinde çatışan çıkar ve söylemler tarafından, Smith'in deyimiyle, "metinsel olarak ifade edilen bir kadınsılık söylemi"[45] üretilir. Bu açıdan incelediğim

---

[42] McRobbie, 1997, s.195.

[43] Burada ataerkil kavramıyla kastedilen, erkeklerin kadınlar üzerinde egemenlik kurduğu, onlara baskı uyguladığı ve onları sömürdüğü sosyal yapılar, sosyal ilişkiler ve uygulamalar sistemidir.

[44] McRobbie, 1997, s.193.

[45] Dorothy E. Smith, 'Femininity as Discourse', Leslie G. Roman & Linda K. Christian-Smith, Elizabeth Ellsworth (der.), *Becoming Feminine:*

kadın dergileri, farklı ve çoğunlukla çatışan çıkarların ve söylemlerin hem üretim hem de tüketim aşamalarında müzakere edilen ve yönetilen kültürel üretim alanlarından biri olarak görülür. Bu görüş, bir taraftan, hâkim ideolojinin popüler kültür ürünlerine çelişkisiz bir biçimde kodlanmadığı, diğer taraftan ise, bir bütün kabul edilebilecek tek tip bir okuyucu ya da izleyici kitlesi olmadığı gerçeğinin altını çizer. Popüler kültür formları ya da yaşanan sosyal ilişkiler her zaman belli güç ilişkileri içerisinde var olur. Bu da, metinlerde oluşturulan anlamın, bu güç ilişkilerini yansıtan ve üreten söylemlerle inşa edildiğine işaret eder.

Ancak kapitalizm, ataerkillik ve feminizm gibi kavramlar, farklı kültürel bağlamlar açısından değerlendirildiğinde, her zaman aynı anlama gelmez. Örneğin, Britanya'da ve gelişmekte olan ve İslami kültürün hâkim olduğu Türkiye'de bu kavramların ortaya çıktığı ve geliştiği tarihler, içerdiği konular ve bağlamlar birbirinden farklıdır. Bu nedenle, bir sonraki bölümde üzerinde durulacağı gibi, söz konusu ülkelere özgü kültürel dinamikler, feminizmin günümüzdeki konumu ve kadın dergilerinin feminizmle olan ilişkileri üzerinde oldukça etkilidir.

Kadınsılık, sabit ve durağan bir kavram değildir; sürekli yeniden tanımlanır. Örneğin, tüketici söylemleri kadınsılığı 20. yüzyılda neredeyse her on yılda bir yeniden tanımladı. Kadınsılığın çeşitli biçimlerde inşa edilmesi, onun sürekliliği olan, farklı katmanlardan oluşan ve tarihsel olarak evrilen bir sosyal kurum olduğunu gösterir. McRobbie, "kadınsılığın değişen biçimleri"[46] ifadesini kullanarak, toplumsal cinsiyet uygulamalarının ve oluşturulan anlam yapılarının akışkan olduğunu vurgular. Örneğin, Myra Macdonald, iki dünya savaşı arası dönemde reklamlardaki egemen söylemlerin üç tür kadın kimliği inşa ettiğini tespit eder: "muktedir aile yöneticisi, suçluluk duygusundan muzdarip anne, sorumsuz ve eğlenceye düşkün 'hoppa kız'."[47] Bu tür kimlikleri oluşturmanın esas amacı, şüphesiz kadınların tüketim gücünü

The Politics of Popular Culture (Basingstoke: Taylor & Francis Ltd, 1988) içinde, s.37-59 (s.41).

[46] Angela McRobbie, *Postmodernism and Popular Culture*, (Londra: Routledge, 1996), s.157.

[47] Myra Macdonald, *Representing Women: Myths of Femininity in the Popular Media*, (Londra: Edward Arnold, 1995), s.77.

artırmaktır. 1960'lar ve 1970'lerde, feministlerin reklamlardaki cinsiyetçi söylemleri eleştirmeye başlamasıyla beraber, reklamcılar da kadınların değişen rolleri ve emelleri hakkındaki tartışmaları kabullenme eğilimi gösterdi. Tüketici söylemleri, 'çalışan kadın'ı hedefleyen, bağımsız ama hâlâ kadınsılığını koruyan kadın imajları oluşturma yoluna gitti. Dergi yayıncıları ve reklamcılar kadınların kendilerine toplumsal roller biçilmesini değil de, bireyler olarak algılanma isteklerini kabul etmeye başladı.

1980'lerden itibaren tüketici söylemleri, feminizme yeni bir yaklaşımı benimsedi ve kadınsılığın inşasında görülen ideolojik değişimlerin sonucunda, postfeminist olarak adlandırılan başka bir 'yeni kadın' kimliği ortaya çıktı. Macdonald bu 'yeni kadın'ın icadını şöyle açıklar:

> *"Feminist hareketin mücadelelerinin amacına ulaştığına ve feminist ideolojinin zamanı geçmiş olduğu için artık zararsız hale geldiğine inanan reklamcılar, 'postfeminizm'i, kadınların yeterince istedikleri ve hevesli oldukları takdirde her arzu ettiklerini yapabilecekleri bir ütopya olarak tasarladı."*[48]

1980'lerde, kariyerini sürdürmeyi ve ailesinin bakımını üstlenmeyi bir arada başarıyla yürüten bir süper kadın imajı olarak 'postfeminist kadın' oluşturuldu. Popüler postfeminist anlayış genellikle, Brooks'un da belirttiği gibi 'kadın hakları ve eşit olanaklar' konusunda yoğunlaşıyordu.[49] Tüketici söylemleri, yeni bir kadın kimliği oluşturmak için 'kendine güven' ve 'başarı' gibi bazı feminist terminolojileri de kullanmaya başladı.

Feminizmle ilgili konular, sadece kadınsılığın geleneksel alanlarının içine, başka bir deyişle kadınlara yönelik popüler kültür türlerine dâhil edilmekle kalmadı, ayrıca medyanın genişleyen diğer alanlarının içerisine de dâhil edildi; örneğin, sanat programları, drama, belgeseller gibi. Dahası, kadınlara yönelik mevcut kültürel ürünlerin çeşitliliği belli özelliklere sahip olan, örneğin genç orta-sınıf gibi, tek bir kadın grubuyla sınırlanmadı. Feminist düşüncelerin popüler medya aracılığıyla yaygınlaşması sonucu, feministlerin gündeme getirdiği konular genç kadınların,

---

[48] Macdonald, 1995, s.90.

[49] Ann Brooks, Postfeminisms: Feminism, Cultural Theory and Cultural Forms, (Londra: Routledge: 1997), s.4.

dış görünüm veya yaşam biçimleri gibi, günlük yaşamlarında kendilerini ifade etme biçimlerini etkiledi. Bu durum, 1990'larda kadınsılığın oluşturulmasında ve kadın deneyiminde yaşanan değişimlere işaret eder. McRobbie'nin de ortaya koyduğu gibi, "politik yelpazenin bir ucuna kadınsılığı, diğer ucuna feminizmi koyan eski ikili karşıtlık, bundan böyle genç kadınların deneyimlerini kavramsallaştırmanın doğru bir yolu değildir (belki de hiç bir zaman olmadı)."[50] Feminist düşüncelerin, toplumun kurumsal ve ideolojik yapılarına yayılması, kadın deneyiminin yeniden tanımlanmasına ve dolayısıyla kadınsılık kavramının yeniden inşa edilme sürecine önemli katkıda bulundu. Kitapta yer alan analizler, bu gelişmelerden doğan sonuçları değerlendirir: günümüzdeki feminist söylemlerin, kadın dergilerinde kadınsılığın yeniden tanımlanması ile ilgili tartışmalara ne şekilde dahil olduğunu, aynı zamanda popüler kültür içinde feminist politikalar ve toplumsal cinsiyet bilinci inşa etmenin olanak ve kısıtlamalarının neler olduğunu incelemeyi amaçlar.

Bu çalışmanın argümanlardan biri, feminizm ve kadınsılık arasındaki mesafenin nasıl kapandığını anlamak için editörlerin feminizme yaklaşımlarını editörlerin kendi bakış açılarıyla inceleme gerekliliğidir. Buna bağlı olarak, okuyucuların kendilerini tanımlayabilecekleri ya da özdeşleştirebilecekleri çeşitli pozisyonları dergilerin nasıl oluşturduğunu araştırmak için, anlamın üretilmesi sürecine metinsel analiz yoluyla yaklaşıldı. Aynı zamanda, söz konusu dergilerin editörleriyle mülakatlar yapılarak, kadınsı öznelliklerin oluşturulmasında, metinleri üreten kişiler olarak kadının rolü araştırıldı. Bu yaklaşım, kadını kültürel anlamların üreticisi olarak konumlandırmayı mümkün kıldığı için, kadınların kültürel ya da politik kimliklerini nasıl dile getirdiklerini değerlendirmemize olanak sağlar. 1990'lardan beri feminizmin giderek artan bir oranda gündelik kültürün güçlü bir referansı haline gelmesiyle birlikte, kadın dergilerinde çalışan kadınların çoğunun feminist söylemlerden haberdar olduğunu söyleyebiliriz. Hatta bazı kadın dergilerinin editörleri feminist olduklarını iddia eder. Örneğin 1978-1992 arasında *Kadınca*'nın editörlüğünü yapan Duygu Asena, 1980'ler boyunca, feminizmin popüler sim-

[50] McRobbie, 1996, s.158.

gesi haline geldi. Kadın dergilerinin çatışan ve çelişkili söylemleriyle başa çıkmanın yollarını bulmaya çalışan editörler, anlamın üretilmesi sürecinde kilit kişilerdir. İşte bu nedenle, kadın dergilerinin 'feminizm' ve 'kadınsılık' arasındaki ideolojik mesafeyi nasıl kapatmaya çalıştıkları ve feminist politikaların ne ölçüde kadınsılığın temsilinde ataerkil yaklaşımlara meydan okuyabildiğini incelemek için, dergilerin metinsel analizlerinin yanı sıra kültürel metinlerin üreticileri konumunda olan dergilerin editörlerini de incelemeye dâhil etmenin oldukça önemli olduğunu düşünüyorum. Bu yaklaşım, feminist konuların popüler kültür metinleri içerisinde nasıl tartışıldığını daha iyi anlamamıza olanak sağlar.

Yukarıda belirtilen konular, Britanya ve Türkiye'deki kadın dergilerinde karşılaştırmalı olarak incelenecektir. Karşılaştırmalı kültür incelemelerinin iki boyutu vardır: birincisi, bir kavram, örneğin feminizm, yeni bir kültürel ortama taşındığında, melezleşerek yeni bir içerik kazanır, yeni kültürel bağlam tarafından biçimlendirilir. Burada kültürel melezlik (cultural hybridity), önemli değişimler, yenilikçi gelişmeler ve yaratıcılık için yeni bir alanın oluşturulmasına işaret eden kültürlerin birleşmesi anlamına gelir. Ayrıca, feminizm kavramı var olan kültürel değerlere ve kodlara uyarlanabilmesi için, örneğin belli bir kültürün toplumsal cinsiyet kodları içinde anlaşılabilmesi ve onlara uygun hale getirilmesi amacıyla, tahrip edilir (distorted) ve dönüştürülür. Bir sonraki bölümde de tartışılacağı gibi, toplumsal cinsiyet politikaları Türkiye'de, Batılı ve Hıristiyan bağlamdan farklı olarak, İslami kültürün etkili olduğu bir kamusal alanı işgal eder. Örneğin, toplumsal cinsiyet politikalarının günümüz Türkiye'sinde modernizm ve İslam arasında bir mücadele alanı olarak kaldığı görülür. Kamusal alanda birbiriyle çatışan ideolojiler arasında süregelen mücadele, Türkiye'deki feminist hareketlerin altyapısını oluşturur. Nilüfer Göle, toplumsal cinsiyet, politika ve kamusal alanla ilgili değişimleri göz önünde bulundurarak, "1920'lerdeki modernizasyon projeleri ve 1980'lerdeki İslamileşme hareketleri"[51] olmak üzere Türkiye Cumhuriyeti tarihinde iki tarihi değişim anı tespit eder. Bu nedenle, Türkiye'de feminist düşüncenin oluşumunun ve günümüzdeki durumunun incelenmesi bize herhangi

[51] Nilüfer Göle, 'The Gendered Nature of the Public Sphere', *Public Culture*, 10(1), 1997, s.61-81 (s.61).

bir kültürün, kendi bağlamına ithal ettiği bir kavramı, bir olguyu ya da bir teoriyi nasıl yeniden kendine uygun hale getirdiğini ve onun içinde yeşerdiği ve geliştiği Batılı bağlamdan, örneğin Britanya bağlamından, nasıl farklılaştırdığını inceleme olanağı sağlar. Örneğin, Türkiye'de bazı seçenekler, stratejiler ve çözümler hâlâ tabu olarak kabul edilir ve bunlara başvurulmazken, Britanya'da aynı stratejiler feminist yazında öyle merkezi bir yere ve öneme sahiptir ki, yeni bir ortodoksi haline gelmişlerdir. Britanya ile Batılı olmayan feminist hareketlerin arasındaki benzerlikler ve karşıtlıklar bize, Britanya'nın sosyo-politik bağlamının ve diğer toplumsal hareketlerin biçimlendirdiği bugünün karmaşık feminist söylemlerini anlamamız için ipuçları verecektir.

İkinci olarak, popüler kültür metinlerinin, yani kadın dergilerinin, feminist politikalara yaklaşımları ve 1990'larda Türkiye'de ve Britanya'da, dergilerin genç kadınları hedefleyerek feminizmi nasıl yeniden tanımladıkları incelenecek. Karşılaştırmalı bu çalışmada, söz konusu ülkelerdeki kadın dergilerinde feminizm ve kadınsılık söylemleri arasındaki ilişkilerin çeşitli boyutlarıyla değerlendirilmesi amaçlanıyor: feminist değerler ve kadınların geleneksel olmayan rolleriyle ilgili tartışmalar nasıl ve ne derecede kadın dergilerinin geniş ölçekli dolaşımının içine dâhil ediliyor ve kadın dergileri ne ölçüde ataerkil bakış açısına meydan okumak için çaba gösteriyor? Dolayısıyla bu çalışmada, Britanya ve Türkiye'de kadınların güçlendirilmesi için kolektif bir bilinç oluşturmada ve toplumsal cinsiyet temsillerinin geleneksel biçimlerine meydan okuyabilen bir mecra olmada popüler kültürün üstlendiği roller çeşitli açılardan tartışmaya açılacaktır.

Metodoloji

Feminizmin popüler ve tüketici söylemlerin içine yerleştirilme biçimlerini incelemenin yanı sıra Britanya ve Türkiye'deki kadın dergilerinde feminist imajların ve değerlerin nasıl dile getirildiği, oluşturulduğu ve yeniden tanımlandığı konusundaki benzerlikleri ve farklılıkları karşılaştırmak amacıyla, bu kitapta çeşitli yöntemler kullanıldı. Çalışmanın metodolojisi oluşturulurken feminist eleştirel teori ve kültürel çalışmalardan yararlanıldı. Semiyolojiyi,

söylem analizini, psikanalizi ve mülakatları içeren[52] niteliksel araştırma yöntemi kullanıldı. Ayrıca, kadın dergilerinde hangi konuların yer aldığını ve bunların ne sıklıkta tekrarlandığını incelemek amacıyla yazılı metinlere içerik analizi uygulandı. İçerik analizi, bir gösterge sistemi ve belli bir ideolojinin taşıyıcısı[53] olarak kadın dergilerinin nasıl işlediğini ve bu ideolojinin günümüzdeki kadınsılık kavramı ile feminist kavramları ve imajları nasıl oluşturduğunu incelemeye de olanak sağlar. Dolayısıyla, bu çalışmada kullanılan metodoloji, feminist değerlerin ve kadınların geleneksel olmayan rolleriyle ilgili çeşitli tartışmaların ulusal kadın dergilerine nasıl dahil edildiğinin çeşitli yollarını incelemeyi mümkün kılar.

İçerik analizi, sosyal bilimlerin kabul gördüğü bir yöntem olmasına rağmen, çerçevesini belirleyecek sabit kurallar yoktur. Şekli, yöntemi, analiz birimleri ve analiz seviyeleri, araştırmanın amacına bağlı olarak bir metinden diğerine değişir. Bu çalışmada içerik analizi, niteliksel incelemeye niceliksel bir temel oluşturmak amacıyla kullanılıyor. Metinlerin çeşitli içerik özelliklerinin ortaya çıkış sıklığı ile ilgilidir, bu nedenle bize sadece yüzeysel düzeyde bir analiz sunar. Bu yöntem esas olarak, incelenen dergilerde hangi konuların ele alındığının ya da dışarıda bırakıldığının belirlenmesini sağlar. Öte yandan niceliksel yaklaşım, metinlerin daha derinde yatan anlam katmanlarının araştırılmasına izin verir ve içeriği daha çok belirgin olmayan kültürel fenomenin yansıtıcısı olarak görür. Bu iki yaklaşım arasında bir örtüşme söz konusudur. Örneğin, Marjorie Ferguson *Forever Feminine*[54] isimli kitabında, kadın dergilerini incelemek için böylesi bir dairesel ilişki yöntemi izledi: dergilere önce niteliksel araştırma yöntemini

---

[52] Örnek çalışma için seçilen kadın dergilerinin, yani *Cosmopolitan*, *New Woman*, *Kim* ve *Kadınca*'nın editörleriyle görüşüldü. Mülakatlar için bkz. s.251-280.

[53] İdeoloji tartışmalı bir kavramdır ve farklı amaçlar doğrultusunda farklı açılardan tanımlanır. Burada kullanılan ideoloji kavramını açıklığa kavuşturmak için Berger'in tanımına başvurmak istiyorum: "ideoloji, toplumsal ve politik yaşamı açıklamak ve onları birbirleriyle ilişkilendirmek için kullanılan sistematik ve kapsayıcı fikirler bütünüdür." *Cultural Criticism: A primer of Key Concepts*, Arthur Asa Berger, (Londra: Sage, 1995), s.58.

[54] Marjorie Ferguson, Forever Feminine: Women's Magazines and the Cult of Feminine, (Londra: Heinemann, 1983).

uyguladı, sonra bundan niceliksel analiz kategorileri ortaya çıkardı. Bu çalışmada ele alınan kadın dergileri de aynı yaklaşımla incelenecektir.

Herhangi bir kültürel ürünün ya da medya temsillerinin incelenmesi, bütünü anlamamızı sağlayan medya kurumunun mülkiyetinden ya da yayın politikasından ayrı düşünülemez. Buradan hareketle, kadın dergilerinin editörleriyle görüşülerek, editörlerin kadın dergileri ve feminist konular hakkında düşüncelerinin incelenmesi amaçlandı: Editörlerin görüşlerinin dergilerin içeriğiyle ne ölçüde örtüştüğü ve dahası, dergilerin içeriğini biçimlendirmede editörlerin rolü ve etkileri incelendi. Feminist politikalar açısından editörlerin sahip oldukları karakteristik özelliklerin ve kullandıkları stratejilerin kadın dergilerinin geleceğine yönelik ne ifade ettiğini incelemek için, dergilerin metinsel analizlerine ek olarak mülakatlardan elde edilen bilgi de kullanıldı.

1990'larda dolaşımda bulunan kadın dergileriyle ilgili istatistikî bilgi de ayrıca değerlendirmeye alındı. Bu rakamlar, pazarın büyüklüğünü kavramada ve söz konusu dergilerin piyasadaki diğer kadın dergileri skalasının içinde nasıl konumlandıkları konusunda bir fikir elde etmemiz açısından oldukça önemli. Kadın dergisi piyasasının büyümesinde ve ideolojisini biçimlendirmede etkili olan iki gelişmeden söz edilebilir: Birincisi, genel olarak kadın hareketi, kadınların beklentilerini genişleten ve bilinçlenmelerini sağlayan belli bir politik ortam yarattı. İkincisi, küresel eğlence endüstrisinin 'ulusaşırı' genişleme stratejileri, diğer kültürler için hazır, uygulanabilecek modeller sağladı. Örneğin, Amerika kökenli *Cosmopolitan*'ın, bugün yirmiden fazla ülkede yerel versiyonları yayınlanıyor. Metinleri değerlendirirken bulunduğu piyasa ve üretim dinamiklerini göz önünde bulundurmak, Douglas Kellner'ın da belirttiği gibi, "metin analizinin kendi başına gözden kaçırabileceği ya da önemsemeyeceği bazı metinsel nitelikleri ve etkileri ortaya çıkarır."[55] Ne tür kültürel ürünlerin üretildiğini ve ne çeşit yapısal sınırlamaların olduğunu genellikle üretim ve dağıtım sürecinin ve piyasanın yapısının belirlediğini tekrar vurgulamakta yarar var.

---

[55] Douglas Kellner, 'Cultural Studies, Multiculturalism and Media Culture', Gail Dines & Jean M. Humez (der.), *Gender, Race and Class in Media* (California: Sage, 1995) içinde, s.5-17, (s.9).

Bu çalışma için neden belli kadın dergilerinin seçildiğinin yanı sıra, diğer popüler kültür formları arasından neden kadın dergilerinin seçildiği sorusunun da yöntem açısından tartışılması gerekir. Türkiye ve Britanya'ki kadın dergileri tarihsel olarak değerlendirildiğinde, kadın hareketleri ile kadın dergileri aralarında güçlü bir bağın olduğu ve birbirine paralel geliştiği görülür. Örneğin, Türkiye'de çağdaş feminist hareket, kadın dergilerinin içeriğini olduğu kadar piyasanın genişlemesinde de etkili oldu. Kadın dergileri prensip olarak kadın okuyucuları hedefler, ancak 1990'larda kadın dergileri üzerine yapılan piyasa araştırmaları, okuyucularının yüzde onunun erkekler olduğunu gösterir. Yine de bu gerçek, esas olarak hedeflenen okuyucu kitlesinin temel özelliklerini (cinsiyet, sınıf, yaş, vs.) bütünüyle değiştirmez. Piyasa kendi içinde bölündükçe, medya endüstrisi, örneğin reklamcılık gibi, ekonomik kaygılardan dolayı özellikleri iyi tanımlanmış bir gruba hitap edebilmek için belli bir hedef kitlesi belirler. Bu da, kadın dergilerinin kadın okuyucuyu hedef kitle olarak tanımlamalarının, piyasanın gereği ve yayıncının kararı olduğunu gösterir.

Kadın olmaktan kaynaklanan sorunlar ya da hazlar kadın dergilerinde çeşitli düzeylerde ele alındığından ve meşrulaştırıldığından, kadınlar bu dergilerde sunulan kadın kimlikleriyle kendilerini kolayca özdeşleştirebiliyor. Bu kitapta incelenenler de dahil olmak üzere, günümüz kadın dergileri, kadınların özel yaşamlarında ya da kamusal alanda karşı karşıya kaldıkları çelişkileri ele alır ve kendilerini bu çelişkileri çözecek 'arkadaşlar' olarak sunar. Dergilerin ve dergilerde reklamı yapılan ürünlerin satışı için 'kadınsı' değerler, örneğin kadınsı güzellik miti vurgulanır. Diğer taraftan bu dergiler, kadınların yasal hakları, ya da nasıl özgür ve bağımsız bireyler olunabileceği ve benzeri konularda bilgi verir. Bu nedenle, feminist mesajların ve imajların, ticari ve popüler söylemlerin içine dahil edilme biçimlerini inceleyen bu çalışma, çoğunlukla kadınlar tarafından yazılan ve hedef kitlesi kadınlar olan, günümüz kadınlarına kadınsılık tanımları ve dolayısıyla bir kimlik sunan kadın dergileriyle sınırlıdır.

İkinci bölümde inceleneceği gibi, Türkiye ve Britanya'da çok sayıda kadın dergisi yayınlanıyor. Bu geniş dergi skalası içerisinden, her ülkeden ikişer dergi seçtim. Daha geniş bir kadın dergisi

yelpazesiyle çalışmayı seçmiş olsaydım, bu çalışmanın yaklaşımı, özellikle de niteliksel analiz kısmı, odak noktasını yitirebilirdi. Bunu önlemek için, 1990'larda genç kadın dergisi kategorisindeki dergileri temsil ettiğini düşündüğüm örneklerle, yani Britanya'dan *Cosmopolitan* ve *New Woman*, Türkiye'den *Kim* ve *Kadınca* ile çalışmayı seçtim.[56] Her bir derginin 1995-96 yıllarında yayınlanan on iki sayısı araştırmaya dahil edildi (İncelemeye dahil edilen sayılar için bkz. s.281).

Türkiye'den bu iki ihtilaflı (controversial) dergi üzerine çalışmaya karar vermemin asıl nedeni, bu dergilerin feminist konulara karşı benzer ama yine de kendilerine özgü, bireysel yaklaşımlar sergilemeleridir. Ayrıca *Kim* ve *Kadınca*'nın tarihsel gelişmeleri, onları bu çalışmanın amacına uygun ve önemli inceleme malzemeleri haline getiriyor. 1995'de *Kim*'in, öncesinde de *Kadınca*'nın editörü olan Duygu Asena, her iki derginin tarihinde önemli bir rol oynadığı için özel ilgiyi hak ediyor. Asena, 1980'lerde Türkiye'de gelişen feminist hareketin bağlamı içinde, ülke çapında etkili olmuş 'feminist' kadınlardan biri olarak Türkiye'de feminizmin popülerleşmesine yol açtı. Gazetecilik kariyerinin ardından Aralık 1978'de yayın hayatına başlayan *Kadınca*'nın editörü oldu ve on iki yıl bu görevde kaldı.[57] *Kadınca* 1980'lerde, Türkiye'deki feminist hareket için yarı-politik bir kaynak haline geldi. Kadın kimliğini ataerkil söylemin dışında tanımlama çabası gösteren bu dergi, popüler medyada az rastlanılan bir örnek teşkil etti. Dergi el değiştirdiğinde, Asena, ekibiyle beraber başka bir yayıncı şirkete geçti ve 1993'de *Kim* dergisinin editörü olarak çalışmaya başladı.[58] Birbirinin rakibi haline gelen bu iki dergi kendi feminist kimliklerini oluşturmaya çalıştı. Diğer taraftan, söz

---

[56] Bu iki ülkenin piyasasında yer alan çeşitli kadın dergilerinin sınıflandırılması üçüncü bölümde yapılmıştır.

[57] Asena ayrıca yazar olarak da tanınır. İlk kitabı *Kadının Adı Yok* 1987'de piyasaya çıktığından beri büyük yankı yaptı ve uzun bir süre çok satan kitaplar arasında yer aldı. Asena'nın editör ve feminist kimliği ileriki bölümlerde daha geniş bir bağlamda incelenecektir.

[58] Medya endüstrisinin tüm sektörlerinde olduğu gibi, bir şirket el değiştirdiğinde sadece yapısı değil aynı zamanda yayın politikası da değişebiliyor. *Kadınca*'dan ayrılmalarının nedeni olarak Asena, kendisinin ve ekibinin, derginin yeni sahibiyle çalışmak istemediklerini, çünkü kadın dergisi yayıncılığı konusunda benzer görüşlere sahip olmadıklarını ileri sürer (Bkz., Mülakatlar, s.271).

konusu dergiler, popüler kültürün yerleşmiş kalıplarına olduğu kadar, bir ölçüde ataerkil söylemin kadınsılık tanımlarına da uyum sağladı. Her ikisi de, 1995'de Türkiye'de çok satan kadın dergileri arasındaydı.

Türkiye'deki dergileri belirledikten sonra, yaklaşımlarındaki farklılıklar kadar, aralarındaki belli paralelliklere de bakabilmek için Britanya'daki karşılıklarını bulmak gerekiyordu. 1995'deki istatistiklere göre, *Cosmopolitan*, Britanya'da en çok satan dergiydi. Aynı yıl, *New Woman* çok satan kadın dergileri arasında dördüncü sırada yer alıyordu. Dolayısıyla, bu iki derginin seçilme nedenlerinden biri, yüksek tirajları ve genç kadın dergileri arasındaki popülerlikleriydi. Diğer bir neden ise, kadın konularına olan yaklaşımları ve Britanya bağlamında ihtilaflı feminizm anlayışlarını temsil etme biçimleriydi. Üstelik *Cosmopolitan* da *Kadınca* gibi, 1970'lerde Britanya'daki ikinci dalga feminizmin etkili kaynaklarından biriydi. *Cosmopolitan*, yıllar içinde geçirmiş olduğu değişimlere rağmen, feministlerin özgürleşme hareketlerinin farkında olup, yeni gelişmelerden yarar sağlamış kadın okuyucuyu hedefliyordu.

Britanya ve Türkiye'den seçilen dergilerin ortak özelliklerinden biri de hepsinin, beyaz, orta-sınıf, heteroseksüel genç kadınlara hitap etmesidir. Ayrıca, bu dergiler kendi kültürel bağlamları içinde ihtilaflı ve bazen de farklı söylemleri bir araya getiriyor: feminizm ve popüler kültür. Çelişkili söylemleri ele alma biçimleri, söz konusu dergileri bu çalışmanın amacı açısından ilginç ve önemli kılıyor. Yukarıda belirtilen özelliklere sahip olan bu dergilerin, popüler söylemler aracılığıyla kadınsı ve feminist imajları nasıl inşa ettikleri, aralarındaki benzerliklerin ve farklılıkların neler olduğu incelenecektir.

Dergilerin içerik analizleri, analiz sürecinde ortaya çıkan belli ortak konular üzerinden yapıldı: Öncelikle sıkça rastlanan konuları belirleyip, daha sonra bu konular çerçevesinde işlenen hâkim temaları sınıflandırdım. İçerik analizinde ortaya çıkan temaları altı başlık altında inceledim: Feminizm ve politika; cinsellik; 1990'ların kendinden emin ve kararlı kadın imgesi; istihdam ve kariyer; aile ve evlilik; erkekler ve erkeksilik. Ayrıca, dergilerin amacını ve misyonunu dile getiren ve dergilerin ilk sayısında bulunan yayın politikası bildirgelerini de incelemeye dahil ettim.

Tematik olarak yürütülen içerik analizi üç bölümden oluşan metinleri kapsar:

Konulu Makaleler: Olağan konuların yanı sıra zaman zaman kürtaj, lezbiyenlik, transeksüellik gibi tabu olarak görülen konuları da ele alan, geniş bir konu yelpazesini kapsayan sayfalar.

Başyazılar (editoryal yazılar), 'sorun söyleyelim' sayfaları ve okur mektupları gibi düzenli yayınlanan bölümler.

Kariyer ve iş hayatı, erkekler ve erkeksi davranışlar, feminist politikalar gibi feminist düşüncenin etkisiyle biçimlenmiş konular.

Bu çalışmada, içerik analizi daha ziyade yazılı metinler üzerinden yapıldı. Ama kadın dergilerinin görsel malzemeleri de içeren karma bir yapısı vardır. Bu nedenle, örneğin, erkek imajlarının kadın hazzına yönelik temsili gibi bazı görsel malzemeler, psikanalitik teorinin kadın/erkek bakışı (gaze) üzerindeki tartışmaları bağlamında incelendi. Feminist ve ticari/popüler söylemlerin görsel metinlere nasıl dahil edildiğini incelemek için ayrıca, iki ülkeden derinlemesine yapılan birer reklam analizi de niteliksel analize dahil edildi. Bu bölümde kısaca özetlenen feminist eleştirel teorinin ve kültürel çalışmaların yöntemleri, feminist politikaların kadın dergilerinin söylemlerine nasıl dahil edildiğinin çeşitli yollarını anlamamız için bize gerekli araçları sunar.

Kitabın yapısına gelince, kitap, üç ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, feminist hareketin ve feminist teorinin yakın tarihini kapsayan tartışmalar, öncelikle Britanya sonra da Türkiye bağlamında ele alınacak. Bu iki ülkede gelişen feminist söylemler içindeki temel ilgi alanları ve tartışmalar karşılaştırılacak. Çalışma, feminist politikaların kadın dergilerinin söylemleri içerisine nasıl uyarlandığının ve adapte edildiğinin yollarını araştırmayı amaçladığı için, bu bölüm, feminizm kavramının ve onun 1990'lardaki kadın dergilerinde popülerleşmesini incelenmek için gerekli düşünsel ve tarihsel altyapıyı oluşturacaktır.

Son otuz yıl içinde gelişen çeşitli feminist söylemler, kadınlar arasında gittikçe artan beklentiler ve farkındalıklardan oluşan belli bir politik ortam yarattı. Feminist hareketin toplumdaki cinsiyet rollerini sorgulama ve yeniden tanımlama konusunda azımsanmayacak bir etkisi oldu ve bu rollere alternatif bir referans noktası oluşturdu. Kadınların değişen rolleri ve imajları medya tarafından belli ölçüde onaylandı ve destek gördü. Bu

süreç içerisinde özellikle kadınlara yönelik dergi piyasası genişledi. Dergiler, kadınların yaşamlarındaki değişimlere paralel giden tepkiler verdi ve kadın kimliğini bu değişimleri göz önüne alarak yeniden tanımlama yoluna gitti. İkinci bölüm, kadın dergisi formatını hem ekonomik hem de ideolojik bir sistem olarak ele alıp ve incelemeyi amaçlar. Bu nedenle, söz konusu dergilerin Britanya ve Türkiye'deki piyasa bağlamı içerisinde değerlendirilmesi gerekir. Söz konusu ülkelerdeki kadın dergilerinin tarihsel gelişiminin genel bir özeti sunulduktan sonra, bu bölümde, esas olarak piyasanın bugünkü durumu üzerinde durulacak. Son olarak da, 1990'larda kadınsılığın anlamını oluşturmada editörlerin rollerinin neler olduğu ve kültürel bir ürün olarak dergi formatının editoryal kontrolü tartışılacak.

Örnek çalışma için seçilen dergilerin incelendiği son bölümde, içerik analizinde ortaya çıkan temalar karşılaştırmalı olarak tartışılacak. Bu konuları karşılaştırarak, Britanya ve Türkiye'deki 1990'larda kadınsılığı yeniden tanımlamak için birbirleriyle mücadele eden kapitalist, ataerkil, feminist söylemlerin hangi yollarla ve ne tür stratejiler geliştirilerek kadın dergilerine dahil edildiği ve dergilerdeki çeşitli temsil biçimlerinin gelecekteki feminist politikaların biçimlenmesinde nelere işaret ettiği incelenecek.

Sonuç bölümü, ticari kadın dergileri kanalıyla feminizmin popülerleşmesi üzerine bir çıkarım yapabilmek için tüm bu tartışmaları bir araya getiriyor ve feminist araştırmaların, feminist hareketlerin ve kadın dergilerinin geleceğine ilişkin yeni yönelimler öneriyor.

Kitabın sonundaki ekler, incelenen kadın dergilerinden bazı görsel imajları, Britanya ve Türkiye'deki kadın dergilerinin piyasasıyla ilgili tabloları ve dört editörle yapılan görüşmeleri içeriyor.

I. BÖLÜM

BRİTANYA VE TÜRKİYE'DE FEMİNİST TARTIŞMALAR

Kavramları Yeniden Düşünmek

Bu bölüm, feminizm kavramını ve feminizmin günümüz kadın dergilerinde nasıl popülerleştiğini incelemek için düşünsel ve tarihsel bir bağlam oluşturmak amacıyla Britanya ve Türkiye'deki çağdaş feminist düşünceyi ele alır. Britanya feminizminin tartışıldığı ilk bölüm iki kısma ayrılır. İlk kısım, feminist hareketlerin tarihini, özellikle çağdaş feminist gündemi geliştirip bugünkü şeklini veren ikinci dalga feminist hareketin incelenmesini kapsar.[1] Bu bölümde ayrıca farklı feminist söylemlerin ortaya çıktığı 1980'ler ve 1990'ların politik bağlamı tartışılacak. Feminist hareketlerin tarihini yeniden gözden geçirmek, kadın dergilerinin nasıl bir gelişme gösterdiğini ve popüler feminizmin ortaya çıktığı bağlamı anlamaya yöneliktir. İkinci bölümde, feminizm kuramları içindeki tartışmalar ve bu kuramların postmodernizm ve postyapısalcılık da dahil olmak üzere diğer kuramlarla kesişme noktaları incelenecek. Bu kuramsal tartışmalar, kadınlara yönelik bir popüler kültür formu olan kadın dergilerinin incelenmesini kapsayan bu kitabın düşünsel bağlamını oluşturur. İkinci bölüm ise, Türkiye'de feminist hareketlerin gelişimi ve özellikle 1980 ve 1990'larda feminizm kavramının çeşitlenmeye ve popülerleşmeye başladığı dönemde gelişen tartışmalar üzerinde yoğunlaşır. Bu kitapta ele alınan konuların kavramsal çerçevesinin temelleri-

[1] Britanya'daki feminist hareketin erken tarihini pek çok araştırmacı farklı bakış açılarından inceledi. Örnek için bkz., *Woman's Consciousness Man's World* by Sheila Rowbotham, Londra: Pelican Books, 1987; *The Rights and Wrongs of Women* by J. Mitchell and A. Ooakley, Harmondsworth: Penguin, 1976; *Women in Movement* by Sheila Rowbotham, Londra: Routledge, 1992 ve ayrıca bkz., *Feminisms: A Reader*, (der.) Maggie Humm, Hertfordshire: Harvester Wheatsheaf, 1992.

ni oluşturmak amacıyla, öncelikle feminist tartışmalarda sıkça kullanılan bazı kavramlara açıklık getirmek gerekir.

'Feminizm', 'kadın hareketi', 'ataerkil yapı' ve 'postfeminizm' çelişkili, sabit olmayan kavramlardır ve farklı bakış açılarından, farklı amaçlar doğrultusunda çeşitli biçimlerde tanımlanır. Örneğin, 'feminizm'in pek çok anlamı vardır. Kültürlerarası bir bakış açısından ele alındığında daha da karmaşık bir kavram halini alır. Kültürel ve tarihsel bağlamının yanı sıra herhangi bir coğrafyada feminist düşüncenin gelişimi feminizmin toplumsal, politik ve ekonomik alandaki konumuyla da şekillenir.[2] Feministler, 1970'lerde sosyalist feministlerin yaptığı gibi bazen toplumsal dönüşümü, bazen ise toplumsal cinsiyetle ilgili konuları ve cinsel farklılık konularını vurgulayarak, toplumsal gündemin çeşitli konuları üzerinde yoğunlaştılar. Bu çalışmada, Drude Dahlerup'un oldukça geniş bir açıdan tanımladığı feminizm tanımlaması baz alındı. Dahlerup'a göre feminizm, tüm ideolojileri, eylemleri ve politikaları içine alır ve kadınlara yönelik ayrımcılığı ortadan kaldırmayı ve toplumdaki erkek egemenliğini kırmayı amaçlar.[3]

'Kadın hareketi' kavramı feminist değerleri ve hedefleri destekleyen tüm bireyleri, örgütleri, ağları, düşünceleri ve uygulamaları kapsar. Feminist düşüncelerden etkilenen pek çok farklı yaklaşımı, örgütlenmeyi ve aktiviteyi içine alır. J. Lovenduski ve V. Randall'ın da belirttiği gibi, kadın hareketi çok sayıda farklı toplumsal hareketlerden oluştu.[4] Örneğin, 1960'ların sonlarında Britanya feminizmi, Kadın Özgürlük Hareketi (KÖH) sayesinde yeniden canlandı. KÖH'nin amacı, kadınları 'özgürleştirmek' ve erkek baskısına son vermekti. Hareket, kadınların bireysel kimliğinin önemini vurguladı ve 1970'lerde 'kızkardeşlik' sloganı

---

[2] Susan Bassnett'ın dört ülkede kadın hareketi üzerine yaptığı çalışma bu açıdan iyi bir örnektir. Bassnett, Britanya, İtalya, Alman Demokratik Cumhuriyeti ve ABD üzerinde yoğunlaşır ve 1960'ların sonunda bu ülkelerde feminizmin yeniden ortaya çıktığı bağlamı ve koşulları inceler. Bassnett, feminist hareketleri tarihsel bir bağlam içine yerleştirerek, dört toplumda feminist düşünce ve uygulamaların değişen biçimlerini vurgular. Susan Bassnett, *Feminist Experiences: The Women's Movement in Four Countries* (Londra: Allen & Unwin, 1986).

[3] Drude Dahlerup, *The New Women's Movement: Feminism and Political Power in Europe and the USA*, Londra: Sage, 1986, s.6

[4] Joni Lovenduski & Vicky Randall, *Contemporary Feminist Politics*, (Oxford: Oxford University, 1993), s.3.

anahtar sözcük haline geldi. Son otuz yılda liberal, sosyalist ve radikal gibi çeşitli feminist hareketlere gönderme yapan örgütler kuruldu. 1970'lerin sonu itibarıyla, kadın hareketinde aktif olan üç temel akım vardı: bunların ikisi KÖH eğilimleri olan radikal ve sosyalist feministler, diğeriyse daha geniş bir alanı kapsayan kadın hareketlerinin eşit haklar eylemcileri liberal feministlerdi. Buna ek olarak, 1980'lerde Siyah Kadın Hareketi ve Greenham Common Hareketi de özerk kadın hareketleri ve KÖH'nin yan ürünleri olarak görülebilir.

Kadın hareketinin söylemleri açıkça ataerkil iktidarı hedef alır. Ataerkil kavramı şüphesiz karmaşık bir kavramdır: hem özel hem de kamusal alanı kapsar. Bazı feministlere göre ataerkil ideolojinin etkileri en çok aile içinde hissedilir. Kadının aile içindeki anne ve eş -bakıcı ve besleyici- rolünün, ailenin varlığını garanti altına almayı amaçlayan erkek ideolojisi tarafından empoze edildiği iddia edilir. Feminist çalışmalar, ataerkil ideolojinin kadının evdeki konumunu doğallaştırma ve kadınların kamusal alandaki toplumsal katkılarını görmezden gelme yöntemleri üzerine vurgu yapar.

Feministler arasında ataerkil yapıyı yeniden üreten mekanizmaların ne olduğu konusunda farklı görüşler yer alır. Bu alanda önemli çalışmalardan biri olan, *Theorising Patriarchy*[5] isimli kitabında Sylvia Walby, toplumsal cinsiyet ilişkilerinin kurulduğu, birbirlerinden farklı olmalarına rağmen birbirleriyle ilişkili altı ataerkil yapı belirler ve tartışmasını bunun üzerine kurar. Bunlar, ücretli iş, ev içi üretim, kültür, cinsellik, şiddet ve devlettir. Walby, Britanya'da özel alana mahsus ataerkil anlayıştan, devletin kamusal alandaki uygulamalarının ve piyasanın da önemli rol oynadığı bir anlayışa doğru belirgin kayış olduğunu öne sürer. Walby'nin iddiası temel bazı sorunları çözümlemede yetersiz olsa da, ataerkil yapı hakkındaki tartışmalara yeni bir yaklaşım getirir. Gerçekten de Britanya'da kamusal alanda kadınların ikinci plana atıldığı durumlar söz konusudur. Örneğin, aynı iş için kadınlara erkeklerden daha az ücret verilmesi gibi. 1970'lerde Eşit Ücret Yasası'nı takiben kadınların kazançlarında hızlı bir yükseliş oldu ancak, 1970'lerin sonlarına doğru erkeklere kıyasla kadınların kazançları-

[5] Sylvia Walby, *Theorising Patriarchy* 8Oxford: Blackwell, 1990).

nın yüzdesi tekrar düştü. Erkekler ve kadınların kazançları arasındaki farklılığın altında yatan temel nedenlerden biri Oakley ve Mitchell'ın da belirttiği gibi 'kadınlar ve erkekler arasında mesleki ayrımcılık yapılması'dır.[6] Oakley ve Mitchell, bu ayrımcılığın ücret, kariyer beklentileri ve iş güvenliğiyle sıkı biçimde ilişkili olduğuna işaret eder. Kadınların kamusal alandaki ikincil konumları Türkiye'de de söz konusudur, ancak bazı durumlarda ataerkil yapı Türkiye'de Britanya'da olduğundan farklı biçimlerde yaşanır ve yeniden üretilir. Bu tür farklılıklar bizi, tek bir ataerkil modelinin olmadığı, farklı kültürlerde ya da kültürlerarası ortamlarda farklı ataerkil yapıların olduğu sonucuna götürür.

Ataerkil kavramı, uzun bir süre kadınların nasıl baskı altında tutulduğunu ifade etmek için neredeyse hiç sorgulanmadan kullanılan bir kavramdı. Ancak, feminizm üzerine eleştirel söylemlerin ortaya çıkmasıyla beraber, bazı feministler ataerkil kavramının bu şekilde kullanılmasına karşı çıkmaya başladı. İktidar yapıları üzerine ortaya atılan yeni düşünceler, özellikle de Foucault'nun iktidar kuramının feminizme uyarlanması, kadınlara uygulanan baskının karmaşıklığını açıklamak için ırk, sınıf, cinsellik, toplumsal cinsiyet gibi diğer hiyerarşik unsurların da incelenmesi gerektiğini ortaya çıkardı. Örneğin, Andrea Stuart, erken dönem ikinci dalga feminist politikalara gönderme yaparak "ataerkil kavramının çağdaş feminist düşünce içindeki bütünleyici yönünü kaybettiğini"[7] söyler. Tamamen ikna edici bir kuram olmamasına ve bunun yarattığı belirsizliklere rağmen, bu çalışmada ataerkil kavramı, hem özel alanda hem de kamusal alanda, erkeklerin kadınlar üzerindeki geleneksel ve sistematik hâkimiyetini ifade etmek için kullanılıyor.

Son olarak incelenecek kavram olan 'postfeminizm' üzerine çeşitli, birbirinden farklı düşünceler geliştirildi. Gündelik dilde kullanılan haliyle postfeminizmin ifade ettiği anlam, 1980'lerin ürünü ve Brooks'un belirttiği gibi, "medyanın kavramı kendisine

---

[6] Ann Oakley ve Juliet Mitchell (der.), Who's Afraid of Feminism (Londra: Penguin Books, 1997), s.4.

[7] Andrea Stuart, 'Feminism: Dead or Alive' içinde, *Identity: Community, Culture, Difference*, (der.) Jonathan Rutherford (Londra: Lawrence & Wishart, 1990), s.36.

mal etmesinin"[8] bir sonucudur. Popüler basın, özellikle de reklamcılar ve kadın dergileri feminizmi yeniden tanımlamakta önemli bir rol oynadı ve kaçınılmaz olarak feminizm üzerine yapılan tartışmalara kendi bakış açılarını ekledi. Bu da demek oluyor ki, Goldman'ın ifadesiyle, postfeminizm 1980'lerde Batı'da, kendilerinden bir önceki neslin garanti altına aldığı zaferleri olduğu gibi kabul eden, hem iş yerinde hem de evde adil muamele görme hakkını doğal verili bir hak olarak gören, ama bunun yanı sıra feminizm etiketini kullanmaktan kaçınan yeni bir kadın neslini tanımlamak için doğdu.[9] 'Postfeminist kadın' işinde yüksek ücret alan, güzel görünen, erkekleri ve seksi seven ve feminizmi modası geçmiş ve her şeyin ötesinde artık ihtiyaç duymadığı bir şey olarak gören biri olarak sunulur. Popüler basında temsil edilme biçimiyle yani kısa etekler, yüksek topuklar, kırmızı dudaklardan oluşan bu yeni imaj, klişeleşen 'çirkin' feminist imgesini değiştirdi; dolayısıyla bu, 'piyasanın taleplerine göre biçimlendirilen bir feminizmdir.'[10] Tüm bu özelliklere sahip olan yeni kadınsı imgeler aracılığıyla feminizm, metalar için ticari değeri olan bir görünge (sign) olarak kullanılır hale geldi.[11] Böylelikle popüler postfeminizm kavramı, Stacey'nin de belirttiği gibi, 'ikinci dalga feminizmin temel hedeflerinden pek çoğunun aynı anda gözden geçirilmesine, uyarlanmasına ve depolitize edilmesine'[12] işaret eder. Feminizm kavramının yaygın olarak nasıl algılandığını ve popüler kültürdeki uzantılarını kadın dergileri üzerinden inceleyen bu kitapta, 'postfeminizm' kavramı yukarıda tartışıldığı şekliyle kullanılacak.

Britanya'daki kadın dergileri, *Cosmopolitan* ve *New Woman*, söylemlerini postfeminist bir yaklaşımla tanımlıyor. Örneğin, dergilerin editörleri 'pek çok savaşın kazanıldığını' ya da "bir

---

[8] Brooks, 1997, s.2.

[9] Robert Goldman, *Reading Ads Socially* (Londra: Routledge, 1992), s.130.

[10] Goldman, 1992, s.130.

[11] Üçüncü bölümde incelenen Lux Sabun reklamı, ürünün satılması için feminizmin nasıl bir ticari görünge olarak kullanıldığını göstermesi açısından iyi bir örnek teşkil eder.

[12] Judith Stacey, 'Sexism by a subtler name?', *Socialist Review*, No: 96, Ekim-Kasım, 1987, s.7-28, (s.8).

kadının yaşamında her şeyi seçme hakkı olduğunu"[13] söylerlerken, Türkiye'deki muadilleri *Kim* ve *Kadınca* aynı şeyi yapmıyor. Üçüncü bölümde yer alan ayrıntılı analizler, bu dört kadın dergisinin 1990'larda kadınsılığı yeniden tanımlamak için 'feminizm' ve/veya 'postfeminizm'i nasıl yorumladıklarını gösterir.

Postfeminizm, 1980'lerden itibaren, bir 'medya icadı' olmaktan daha farklı anlamlar içermeye başladı, ancak bu anlamların çoğu bazı feministler için olumsuzdu.[14] Diğer yandan, akademik çevrelerde postfeminizm, postmodern ya da post-yapısalcı feminizmi betimlemek için kullanıldı. 'Postfeminist' kavramı 1990'ların başında revaçta olan, 'feminizmin kuramsal olarak savunulamaz bir konum' olduğu görüşünü ortaya çıkardı.[15] Daha sonra ayrıntılı bir şekilde ele alınacağı gibi, feminist kuram içerisinde kimlik ve öznellik konuları bir dizi postmodern kuram tarafından şekillendirildi ve dönüştürüldü.

Britanya Feminizminin Tarihi ve Teorik Yaklaşımlar

İkinci Dalga Feminizmin Politik Eylemleri

'İkinci dalga' kavramı tarihte belirli bir dönemi tanımlar ve bilginin feminizm içindeki dönüşümünü belirtir. Kavram, kadınların oy kullanmak için "eşit yurttaşlık hakkı" talep eden ve 20. yüzyılın ilk yirmi yılı boyunca süren erken dönem feminizmin devamı olduğuna işaret eder. İlk feminist dalga hareketi, siyasal ve yasal haklar açısından kazanımlar sağladı ve toplumsal yaşamın en adaletsiz yönlerinin gelecekte değiştirilmesini kolaylaştır-

---

[13] Mülakatlar, s.256-257.

[14] Örneğin bkz., Angela Neustatter, *Hyenas in Petticoats: A Look at Twenty Years of Feminism* (Londra: Penguin, 1990).

[15] Gerçekten de postfeminizm feminist araştırmacıların kendilerini konumlandırabilmeleri için belirsiz bir alandır. Onları bu kuramsal tartışmaların içine yerleştirebilmek için postmodern feminist ya da feminist postmodernist gibi çeşitli terimler kullanılmıştır. Akademik çevrelerdeki diğer postfeminizm tartışmaları için bkz., Toril Moi, "Feminism and Postmodernism: Recent Feminist Criticism in the United States", içinde, *British Feminist Thought: A Reader*, (der.) Terry Lovell, (Oxford: Blackwell, 1990); Tania Modleski, *Feminism Without Women: Culture and Criticism in a 'Postfeminist' Age*, (Londra: Routledge, 1991); Judith Butler, *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity* (Londra: Routledge, 1990).

dı. 1960'ların politik bağlamında, feministler kadınların ikinci plana atılmasının egemen politik güçlerin etkisinin yanında başka nedenlere de bağlı olduğuna inandı; kadının ikincil konumu erkeklerle ilgili tüm toplumsal ilişkilerden kaynaklanıyordu. Buradan hareketle, erkek egemenliğini, ideolojisini açıklayabilmek ve ona meydan okuyabilmek için devrimci stratejileri gözden geçirme ihtiyacı ortaya çıktı. Böylece Kristeva'nın 'başka bir nesil' ya da 'yeni nesil'[16] olarak adlandırdığı ikinci dalga feminist eylemlerin temel amacı kadına ilişkin geleneksel tanımları değiştirmekti. Geniş yankı uyandıran ilk eylemlerden biri, 1968'de Atlantic City'de Miss America güzellik yarışmasına karşı yapılan protestodur. Bu gösterinin ve onu takip eden diğerlerinin de gösterdiği gibi, kadınların mücadelesinin en temel alanı kadın bedeninin kendisi oldu.

İkinci dalga feminizmin diğer ilham kaynakları arasında Virginia Woolf'un *Kendine Ait Bir Oda* (1929) ve Simone de Beauvoir'ın *İkinci Cins* (1946) isimli kitapları sayılabilir. Germaine Greer'in *The Female Eunuch* (1971) isimli kitabının da Britanya'da 'ikinci dalga' feminizmi harekete geçirdiği düşünülür. Greer'in kitabı o dönem için tamamıyla yeni bir sestir ve 1970'lerde olacakların habercisidir. Greer, birinci dalga feministleri orta-sınıf kadınlarla özdeşleştirir ve ikinci dalga harekette 'soylu olmayan orta-sınıfın' devrim çağrısı yaptığını söyler. Greer, kadınların ikinci plana atıldığı üç alanın –ataerkil aile değerleri, kadınların ev içi rolleri ve annelik konumları, kadınların cinselliği- altını çizer, ki bunlar daha sonra ikinci dalga feminizmin odak noktalarını oluşturdu.

Britanyalı feminist araştırmacılar arasında[17] yeni kadın hareketlerinin politik kaynaklarını Nükleer Silahsızlanma Kampanyasına ve Vietnam Dayanışma Kampanyasına, Enternasyonel Sosyalist kadınlar ve Enternasyonel Marksist Gruplara dayandırmak gibi bir eğilim vardır. Gerek kadın özgürlük hareketi, gerek 'yeni sol', birey ve bireyin kendini özgürleştirmesi konusuna yoğunlaşır. Bilinç yükseltme grupları kişiyi diğerleriyle ilişkilendirmekte

[16] Julia Kristeva, 'Women's Time' içinde *The Kristeva Reader*, (der.) Toril Moi (Oxford: Basil Blackwell, 1986), s. 188-213.

[17] Bkz. Vicky Randall, *Women and Politics*, Basingstoke: Macmillan Education, 1987, s.230.

anahtar rol oynar, çünkü, kişisel deneyimin etkili bir biçimde toplumsal gerçekliği açığa çıkarabileceğine inanılır. 'Kişisel olan'la ilgili ilerlemeci politikalar, kadın özgürlük hareketinin devrimci uygulamaları ve kadınların sesinin duyulmadığı kuramsal tartışmalardaki boşluğu doldurmaya çalışan feminist araştırmacılar tarafından oluşturuldu.[18]

1970'lerin başında feministler, kadınların ortak bazı yönlerini vurgulayan ve coğrafi sınırları aşan iletişim, konferans, gösteri ve gazete ağları oluşturdu. Feminizmin kabul gören tek bir tanımı olmamasına karşın, kadınların cinsiyetleri yüzünden adaletsizliğe maruz kaldıkları yönünde genel bir feminist anlayış oluştu. Kadın özgürlük hareketinin doğuşu entellektüel pek çok kadını kendine çekti ve ilk Kadın Özgürlük Konferansı 1970'de Oxford'da Ruskin College'de toplandı.[19] Bu konferansla birlikte feministler radikal politikalarının gücünü gösterdi. Konferansın en önemli başarılarından biri, birbiriyle çatışan tüm feminist düşünceleri kapsayan Ulusal Kadın Koordinasyonu Komitesi kurulmasına ön ayak olmasıydı. Konferansın sonuçlarından bir diğeri ise, kadınların tarihi üzerine bağımsız araştırma yapma ihtiyacının ortaya çıkması oldu. Bunlara ek olarak şu talepler de benimsendi: çekirdek aileye alternatifler, eşit ücret, eşit fırsat ve eğitim eşitliği, yirmi dört saatlik kreşler, serbest doğum kontrolü ve isteğe bağlı olarak kürtaj yapılması.[20] Daha sonra bu talepler yasal ve ekonomik özgürlüğü, şiddete, cinsel baskıya ve lezbiyenlere karşı yapılan ayrımcılığa son vermeyi de içine alacak şekilde genişletildi. Kadın Özgürlük Hareketi (KÖH), kadınları cinsel ve ev içi şiddetten korumak amacıyla kadın sığınakları (1972) ve tecavüz kriz merkezleri (1976) kurdu.[21] Bu merkezler, kadın bedeni ve kadın cinselliği konularındaki farkındalığı artırmak amacıyla kurulan sağlık merkezlerini de kapsamı içine aldı.

---

[18] Örnek için bkz. Ann Oakley ve Juliet Mitchell (der.) *The Rights or Wrongs of Women*, Harmondsworth: Penguin, 1976; Sheila Rowbotham, *Woman's Consciousness Man's World*, Londra: Penguin, 1987.

[19] Maggie Humm (der.), *Feminisms: A Reader*, Hertfordshire: Harvester Wheatsheaf, 1992, s.6.

[20] Harold L. Smith, *British Feminism in the Twentieth Century*, (Hants: Edward Elgar, 1990), s.194.

[21] Humm, 1992, s.6.

KÖH, serbest doğum kontrolü, kürtaj hakkı ve hukuki olarak cinsel ayrımcılığın her türüne son vermek için kampanyalar düzenledi.[22] Bu eylemler, özellikle büyük şehirlerde, sendikalardan ve belediyelerden de destek almaya başladı.

Kadın haklarının gelişimi ve zamanı bu kitapta incelenen ülkelerde, Britanya ve Türkiye'de, farklı toplumsal ve kültürel yapılarından dolayı değişim gösterir. Britanyalı kadınlar, feminist eylemler sonucu 1970'lerin ilk dönemlerinde, 1975'deki Cinsel Ayrımcılık Yasası ve 1970'de Eşit Ücret Yasası (1975'e kadar bu yasaya uymak isteğe bağlı tutuldu) gibi belli haklar elde etti.[23] 1975'de Sosyal Güvenlik Emekli Aylığı Yasası'nın çıkarılması, 1983'de ise Eşit Ücret Yasasının genişletilmesi, sosyal güvenlik sistemi içinde, evli ve çalışan kadınlara yönelik yapılan ayrımcılığı bir ölçüde ortadan kaldırdı ve düşük ücretle çalışan kadınların maaşında önemli gelişmelere neden oldu.

Feminist politik eylemler geçtiğimiz yirmi yıl içinde farklı yollar izledi. 1980'ler ve 1990'ların politik atmosferinin feminist eylemlerin radikalliğini kaybetmesinde temel neden olarak görülür ve bu değişim pek çok feminist çevrelerdeki tartışmaların merkezini oluşturur.

1980'ler ve 1990'larda Feminist Politikanın Radikalliğini Kaybetmesi Üzerine Tartışmalar

1980'lerin toplumsal ve ekonomik trendleri ve genel olarak Thatcher politikaları kadın hareketlerini pek çok açıdan etkiledi. 1980 ve 1990'larda Britanya'da gelişen feminist hareketlerde gözlemlenen pek çok değişim, Kadın Özgürlük Hareketi'nin bu dönemde radikallikten uzaklaştığı iddiasını ortaya çıkardı. Bu değişime neden olan iki süreçten bahsedilir. Bunların ilki, feminizmin temel değerlerinin parçalanmasıdır. Parçalanma çeşitli biçimlerde anlaşılabilir, ama temelde, farklı disiplinlerden gelen kişilerin kadın çalışmaları bölümlerini kurmalarıyla ve de genç bir kadın kuşağın hareketin içine dahil olmasıyla beraber feminizmin sınırları belirsizleşir. 1960 ve 1970'lerde ikinci dalga hareketinde

[22] Daha ayrıntılı bilgi için bkz. A. Coote ve B. Campbell, *Sweet Freedom*, (Oxford: Basil Blackwell, 1987).
[23] Smith, 1990, s.194.

aktif olan kadınların çoğu 1990'larda orta yaş kategorisindeydi. Bu da kaçınılmaz olarak, kendilerinden önceki kuşağı çoğunlukla tuhaf ve demode bulan daha genç bir kadın kuşakla 1960'ların kadın kuşağı arasında bir kuşak farklılığına yol açtı. Sadece yaş değil ırk, etnisite ve cinsellik gibi başka unsurlar da beyaz/orta sınıf ile diğer 'marjinal' feministler arasında anlaşmazlıklara yol açtı.

1980'lerde feminist grupların gittikçe daha fazla devlet organlarıyla iç içe çalışmaları feministlerin radikallikten uzaklaşma iddialarının ikinci nedeni olarak görülür. 1979'daki genel seçimlerde muhafazakâr parti'nin zaferini takiben ortaya çıkan politik fırsatlar 1980'lerde feminist hareketlerin değişimine yol açtı. Muhafazakâr liberal politikalar, "işçi hareketini feminizm için daha ilgi çekici hale getirdi; aile yapısındaki uzun vadeli değişimlerle birlikte yarı zamanlı iş imkânlarının artması ve belli başlı hükümet politikaları kadınların *özerkliğini* artırma eğilimi göstermiş olsa da, kadınları mutlak anlamda erkeklerle daha *eşit* hale getirmedi".[24] Muhafazakâr hükümetin politikaları bir yandan bazı kadınlara yeni fırsatlar sunarken, diğer yandan kadınların çoğu için hayatı zorlaştırdı. Bu dönemde (beyaz, heteroseksüel) kadınlar arasında yavaş yavaş feminizmin amacına ulaşmış olduğu görüşü yaygınlaştı. Ancak, aynı dönemde en önemli toplumsal cinsiyet eşitsizliği istihdam ve gelir alanında yaşanmaya devam etti ve belli ölçüde halen devam etmektedir. Thatcher ideolojisinin girişim kültürü iş piyasasında kadınları daha çok sömürdü; işgücündeki kadın sayısı 'yarı zamanlı ve sözleşmeli çalışanların artmasına paralel olarak arttı.'[25] Bu istihdam yapısı kadınlara ne iş güvenliği, ne de maaş eşitliği sunabildi. 1990'lara gelindiğinde tam-zamanlı istihdam alanında maaş eşitsizliği konusunda ilerleme kaydedildiği görülür. Örneğin, saat başına erkeklerle aynı maaşı alan kadınların oranı 1981'de %73'den 1995'de %80'e yükseldi.[26] Ancak, bu maaş yükselişinin büyük ölçüde tam za-

---

[24] Lovenduski and Randall, 1993, s.363-364.

[25] Janet Newman, 'Enterprising Women: Images of Success' içinde *Off-Centre: Feminism and Cultural Studies*, (der.) Sarah Franklin, Celia Lury & Jackie Stacey, Londra: Harper Collins Academic, 1991, s. 241-59, (s.256).

[26] Sylvia Walby, *Gender Transformations*, Londra: Routledge, 1997, s.31.

manlı çalışanlarla sınırlı kaldığını belirtmek gerekir. Sylvia Walby'nin de işaret ettiği gibi, tam zamanlı ve yarı zamanlı işler arasında çok çarpıcı eşitsizlikler ve farklılıklar bulunur. Örneğin, ortalama olarak yarı zamanlı bir işin ücreti tam zamanlı bir işten kaydadeğer oranda daha azdır ve sosyal hakları da çok sınırlıdır. (a.g.e.) Bu dönemde uygulanan politikalar sonucu Britanya kadınlar için yarı zamanlı iş alanında bir dünya lideri haline geldi: 1990'ların ortalarında kadınlar arasında yarı zamanlı çalışma oranı erkeklerden beş kat daha fazlaydı ve tam zamanlı çalışan erkeklerin sayısı tam zamanlı çalışan kadınların iki katıydı.[27] 1995'de yarı zamanlı çalışan kadınların, tam zamanlı çalışan erkeklerin saat başına aldıkları ücretin ancak %60'ını aldığı[28] gerçeğini göz önüne alırsak, Britanya'da toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin istihdam ve gelir alanında hâlâ devam ettiğini görürüz.

Radikallikten uzaklaşmanın karmaşık sebepleri olabilir, ancak pek çok kadın grubunun ve yerel hükümetin çalışmalarında gözlenen değişimler oldukça önemlidir -özellikle de 1982'de Büyük Londra Konseyi Kadın Komite ve Ünitesi'nin kurulmasında olduğu gibi. Muhafazakâr hükümetin ilk yıllarında, devlet organlarının feminist girişimlere verdiği destek ve teşvik kısa bir süre sonra sekteye uğradı. Bu süreç yine de, feminizmin belli başlı kurumlara, özellikle de İşçi Partisi'ne ve sendikalara sızması gibi daha olumlu bir gelişmeyle sonuçlandı; hem 1997'de meclise 100'ün üzerinde kadın milletvekili sokarak genel seçimleri kazanan İşçi Partisi, hem de feministler bu bütünleşmeden çıkar sağladı (bu seçimlerde toplam kadın milletvekili oranı %18'e ulaştı). Muhafazakâr hükümetlerin kaynakları kısmalarına ve kadınlara daha geleneksel rolleri dayatma çabalarına rağmen, bu dönemde feminist değerler ve politikalar medyada ve akademik çalışmalarda gittikçe daha fazla etkili olmaya başladı.[29]

Feminist hareketlerin radikallikten uzaklaşmasıyla politik alanda gerçekleştirilen feminist eylemler arttı ve sonuç olarak

---

[27] Central Statistical Office, Social Focus on Women, Londra: HMSO, 1995.

[28] Walby, 1997, s.32.

[29] Bu dönemde İşçi Partisi'nin politikaları ve feminist uygukamalarla ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. Sevgi Uçan, *Sanayi Sonrası Toplumda Sosyal Demokrasi: 'Yeni' Britanya İşçi Partisi ve 'Üçüncü Yol'*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2002.

feminist konular, toplumsal kurumların önemli meseleleri haline geldi. Feministlerin iktidarla ilişkilerini geliştirmeleri, feminist değerlerin yaygınlaşmasında ve belli bir bilinç oluşmasında önemli bir rol oynadı. Örneğin, tecavüz ve aile içi şiddet konularında polis ve yasal prosedürde kayda değer gelişmelerin olmasında feminist değerlerin etkisi çok açıktır. Feminist değerlerin yayılması, sadece hukuki konuların değil aynı zamanda politika, eğitim, popüler kültür, medya v.b. gibi alanların da gündemini oluşturdu. Şüphesiz bu durum feministlerin hem olumsuz, hem de olumlu imgelerini yarattı ve birleştirdi. En sorunlu ve çelişkili konu muhtemelen feministlerin popüler kültüre olan yaklaşımları oldu. Örneğin, popüler kültür feminist politikaları ve değerleri süper-bireyci, tüketici feminizme indirgeyerek erken dönem feminist ideallerinden çok uzaklaşmış olabilir. Ancak, Shelagh Young'ın da işaret ettiği gibi, feminist politikalar çoğu zaman bir sağduyu (common sense) sorunuymuş gibi görülür ve paradoksal bir biçimde feminizme direnmek aslında "feminizmin çağdaş kültürel formlar ve uygulamalar üzerindeki etkisinin ve gücünün bir ölçütüdür."[30] Örneğin, analizler bölümünde görüleceği üzre, kadın dergileri sağlık, iş, cinsellik, vb. gibi konuları işlerken çeşitli kadınların kendilerini ifade etmek ve güçlendirmek için kullanabilecekleri tartışmalar sunar.

Feminist akademisyenler uzun süren muhafazakar yönetimin etkilerini çeşitli açılardan değerlendirdi. Örneğin, bazı feministler, 1979 ve 1997 arasındaki muhafazakar hükümetlerin baskıcı sosyal politikalarının var olan cinsiyetçi, ırkçı ve sınıf ayrımcılığı ile ilgili uygulamaları daha da güçlendirdiğini öne sürer. Bu dönem hakkında Coppock ve diğerlerinin yorumları 1990'ların feminist tartışmalarına temel oluşturur: "fırsat eşitliğini sağlamaktan çok uzak kalınmış ve bir 'tüketici kültürü' yaratılmıştır. "Piyasa"nın dili ve bireyselliğin egemenliği bir kanser gibi toplumsal politika-oluşturma sürecinin her köşesine yayılmıştır."[31] 'Bireysellik' muhafazakar liberal politikaların temel kavramıdır. Bireysel özgürlüğün teşvik edilmesiyle birlikte toplumsal, cinsel ve

[30] Shelagh Young, 'Feminism and Politics of Power' içinde *The Female Gaze*, (der.) Lorraine Gamman ve Margaret Marshment (Londra: The Women's Press, 1988), s.173-188, (s.174).

[31] Coppock vd., 1995, s.174.

ırksal farklılıklar daha da belirginleşti. Britanya'nın, Avrupa Topluluğu'nun adil ücret ve kadınlara ve erkeklere eşit muameleyi garanti eden Temel Toplumsal Haklar Yasası'na karşı çıkan tek üyesi olması, bu politikaların sonuçları olarak görülmelidir. Yarı zamanlı çalışanların çoğunun (%86) kadın olduğu gerçeği göz önüne alındığında, çalışan kadınların sadece erkeklerden daha az maaş almakla kalmayıp, aynı zamanda sosyal güvenlik haklarının çoğuna sahip olmadıkları anlamına gelir. Eşit işe eşit ücret yönündeki feminist tartışmalar bu nedenle daha karmaşık konularla başa çıkmak zorunda kaldı; örneğin, kadınların yarı zamanlı iş gücüne ve piyasanın onları nasıl sömürdüğüne yoğunlaştı. Çalışan kadınların yaşadıkları bu haksızlıklara ek olarak, Sosyal Güvenlik Yasaları'nın 1980'lerde ağır finansal kesintileri gündeme getirmesiyla birlikte, çocukların ve gençlerin yanı sıra kadınlar da zarar gördü.

Bunu takiben, Thatcher yönetiminin refah devletini küçülten ve özelleştirmeyi teşvik eden liberal ekonomi politikaları, hükümetin çocuk bakımını finanse etmeyi reddetmesi örneğinde de açıkça görüldüğü gibi, kadınları anne, eş ve yuva kurucu gibi ev içi rollerini benimsemeye teşvik ederek daha fazla baskı altına soktu. Bu da muhafazakâr hükümetlerin, kadınların işlevinin ailenin istikrarını sağlamak olduğunu varsaydıklarını, dolayısıyla da muhafazakâr ideolojinin kadınların toplumdaki yeriyle ilgili toplumsal cinsiyet politikalarını doğrulayacak bir şekilde işlediğini gösterir. 1980'lerin muhafazakâr politikaları sayesinde, feminist değerler kapitalizm ve ataerkil sistem tarafından yeniden yorumlandı ve elbette bazı feministler tarafından da yorumlandı ve bunlar 1990'larda (ayrıcalıklı) kadınlara bir 'seçim' meselesi olarak sunuldu.

1980'lerin sonu itibarıyla, Thatcherizm'le özdeşleştirilen politik ve ekonomik değişimler bazılarının genellemeler yaparak Britanya'da kadın hareketlerinin sonunun geldiğini ilan etmesine yol açtı. Feminist politikalar üzerine çalışan Lovenduski ve Randall'ın öne sürdüğü gibi, 1980'lerde feminist eylemlerin çöküşü üzerine yapılan yorumlar, "ancak kavramların nasıl kullanıldığı belirtildiğinde anlam kazanır".[32] 1980'lerde bilindiği şekliy-

[32] Lovenduski and Randall, 1993, s.4-5.

le KÖH'nin güç kaybettiğine şüphe yok, ancak feminizmin belli açılardan güç kazandığını belirtirler. Gerçekten de, son yirmi yılda feminist politikalar çok sayıda düşünsel ve politik kaynaktan beslenerek evrim geçiriyor.

1980'lerden itibaren Britanya'da görünürdeki ulusal feminist hareketlerin güç kaybettiğini öne süren feminist akademisyenler, iddialarını eylemcilerin sayısının azaldığı, eski iletişim ağlarının ortadan kalktığı, kadın merkezlerinin kapandığı, kadın bültenlerinin sayısının azaldığı gerçeklerine dayandırır. Bu tartışmalarda bir çelişki varmış gibi görünebilir; bir yandan feminist değerlerin geliştiği iddia edilirken, diğer yandan feminizmin çöküşü üzerine tartışmalar yapılıyor. Radikal ve Sosyalist feministlerle, beyaz feministler ve siyah kadın hareketleri arasında yaşanan çatışma önemli etkenlerden biri olarak görülebilir. Aynı zamanda, devlet organları ile bütünleşme ve çalışma konusunda da çatışma yaşandı. Devlet kurumlarında kendilerine yer bulan kadınlar diğer kadınlar tarafından sert bir biçimde eleştirildi. Benzer durum, bir grup feministin Kadının Sorunları ve Statüsü Genel Müdürlüğü ile birlikte çalışmaya başladığında, Türkiye'de de yaşandı. Feministler arasındaki bu çatışmalar, hali hazırda çeşitli bakış açıları içerisinde yaşanan parçalanma sürecini artırmaktan başka bir işe yaramadı.

Feminizmin radikallikten uzaklaşması, feminizme ihtiyaç olup olmadığı sorusunu gündeme getirir. *The Guardian* gazetesinden bir grup kadın yazar, gazeteci ve politikacıyla görüşerek onlara şu soruyu sorar: "Hâlâ feminizme ihtiyacımız var mı?".[33] Katılımcılar, feminizmin son otuz yılda belli kazanımlar elde ettiğini, ancak hâlâ bazı eşitsizliklerin devam ettiğini ve gidilecek epeyce bir yol olduğunu öne sürdüler. Görüşülenlerden biri, Britanya'daki *Cosmopolitan*'ın eski editörü Marcelle d'Argy Smith, "çoğu kadın feminist kelimesinden –seksi ya da hoş olmadığı için– nefret ediyor ve kendilerinin feminist olduğunu kabul etmiyor. Buna rağmen günümüzde kadınlar saygı görmek, ücret eşitliği, fırsat eşitliği çocuk bakımında eşitlik ve mecliste eşit güç istiyorlar ki bu da feminizm demektir." (a.g.e.). Smith, kadın yanlısı olmakla erkek karşıtı olmanın eş anlamlı olduğu düşüncesiyle

[33] *The Guardian*, 9 September, 1996, s.7.

erkekleri kendilerinden uzaklaştırma riskini göze almak istemedikleri için Britanyalı kadınları eleştirir. Akıllı ve bağımsız kadınlar olarak da erkekler tarafından sevilebileceklerini öğrenmeleri gerektiğini söyler. Smith'in görüşü, feminizm kelimesinin nasıl yanlış yorumlandığını, kadınların ihtiyaçlarından soyutlandığını ve ayrıca Britanya'nın önde gelen kadın dergisi *Cosmopolitan*'ın 1990'larda feminizmi nasıl algıladığını ve temsil ettiğini gösterir.

Feminizmin heterojen yapısı farklı yorumlara açıktır; bir yandan gelişmekte olan ve meydan okuyan bir düşünce bütünü, diğer yandan potansiyel anlamda yıkıcı olarak da algılanabilir. 1980'lerde feminist düşüncenin çeşitlenmesi, akademideki feministlerin diğer akademik ve politik söylemlerle ilişkili olarak kendi konumlarını ve düşüncelerini dile getirmelerine yardımcı oldu. Farklı kuramsal yaklaşımların farkında olmak, feminist kuramlar ve feminist politikalar arasında giderek büyüyen ayrılık ve bunlar arasında nasıl daha ikna edici bir bağlantı kurulabileceği konusu feministleri acilen bir değerlendirme yapmaya götürdü. Whelehan, olumlu bir değerlendirme yaparak şöyle der:

> *"...Günümüz feminist kuramları, öz-eleştirinin bir parçası olarak kendi içindeki ayrımları, özellikle de feminizm içinde birbiriyle çatışan öznel konumları göz önünde bulundurması ve kuram üretmenin öneminin farkına varması dolayısıyladır ki feminizm kendi gelişim sürecini tartışabilecek kuramsal olgunluğa sahiptir."*[34]

Feminist tartışmalara getirilen farklı kuramsal yaklaşımların gelişimi ve feminist uygulamayla bağlantısı, aşağıdaki bölümlerde daha geniş bir bağlamda ele alınacak.

Feminist Politikalar ve Feminist Söylemlerin Farklılaşması

Feminist politik eylemlerin ve tartışmaların feminist kuramlar ve analizlerin gelişimi üzerinde büyük etkisi oldu. Erken dönemlerde, feminist hareketlerin gücü çok sayıda etkili kitabın (Rowbotham, 1987; Mitchell, 1976; Greer, 1970; Millet, 1972) ve ayrıca *Shrew* (1969), *Spare Rib* (1972), *WIRES* (1975) gibi feminist dergilerin yayınlanmasıyla ortaya çıktı. Bu yazarlar, ataerkilliğin anlamının yeniden değerlendirilmesi, kamusal ve

[34] Whelehan, 1995, s.127.

özel alanda erkek egemenliğinin toplumsal yaşamı nasıl doğallaştırdığı gibi konuların incelenmesi gerektiğine dikkat çekti.

1980'lerde, sosyoloji[35] ve siyaset bilimi[36] içinde yapılan feminist araştırmalar, bilimin bilgiyi oluşturma biçiminin toplumsal cinsiyet üzerine kurulu olduğunu öne sürdü ve bu da feministleri, feminist metodolojiler ve sosyal araştırmalarda özne-nesne ilişkilerini tanımlamanın alternatif yollarını bulma arayışına itti.[37] Deniz Kandiyoti'nin de belirttiği gibi, feminist çalışmaların zengin sahası, "sosyal bilimlere karşı eleştirel bir tavır geliştirmeyi sağladı ve kadınları tarihsel, toplumsal, ekonomik ve politik aktörler olarak görünür kıldı."[38] Feminist akademisyenlerin geniş alana yayılan bu çalışmaları sayesinde feminist kuram, akademik bir söylem olarak tanınmaya başladı.

Feministler kendi aralarında feminizmin temel meselelerinin ne olduğu konusunda ortak bir anlaşmaya varmış olsalar bile, herhangi bir başka politik hareket gibi feministler de kendi içlerinde güç mücadeleleri yaşarlar. Son otuz yıl içinde Britanya'da feminizm, farklı zamanlarda farklı politik yönelimler gösterdi. Elbette söz konusu yönelimlerin oluşmasında farklı politik düşünce akımlarının etkisi oldu. Bu akımlarla özdeşleştirilen oluşumlar liberal, sosyalist ve radikal feminizm olarak tanımlanır. Feministler, baskıyla mücadele etme yöntemleri ve örgütlenme biçimlerinin yanı sıra baskının kaynakları konusunda da farklı görüşlere sahiptir. *Feminist Review*'ın başyazısının da ortaya koyduğu gibi,

---

[35] Rosemary Compton and Michael Mann (der.), *Gender and Stratification* (Cambridge: Polity Press, 1986); Judith Stacey ve Barrie Thorne, 'The Missing Feminist Revolution in Sociology', *Social Problems*, Vol. 32, 1985, s.301-16.

[36] Susan Okin, *Women in Western Political Thought*, (Londra: Virago, 1980); Carol Pateman, *The Sexual Contract*, (Cambridge: Polity Press, 1988); Seyla Benhabib ve Drucilla Cornell (der.), Feminism as Critique: Essays in the Politics of Gender in Late Capitalism, (Oxford: Basil Blackwell, 1987).

[37] Judith Stacey, 'Can there be a feminist ethnography?', *Women's Studies International Forum*, Vol. 11, No.1, 1988, s.21-7; Shulamith Reinharz, 'Experiential analysis: a contribution to feminist research' içinde *Theories of Women's Studies*, (der.) G. Bowles ve D. Klein, (Londra: Routledge ve Kegan Paul, 1983).

[38] Deniz Kandiyoti, 'Contemporary Feminist Scholarship and Middle East Studies' içinde *Gendering the Middle East*, (der.) Deniz Kandiyoti, (Londra: I. B. Tauris, 1996), s. 1-27 (p. 4).

"feministler –çoğu zaman zorlukları göğüslemek pahasına- kadınların özgürleşmesinin... tek bir kaynağı olmadığını; bunun çeşitli zaman ve mekânlarda ortaya çıktığını öğrendi."[39] Feminist düşüncenin üç temel akımı Britanya'da geniş bir biçimde tartışıldı ve incelendi.[40] 1970'lerden beri Britanya'da gelişen feminist kuramsal tartışmaların yapısındaki değişiklikleri incelemeye temel oluşturması amacıyla, bu üç akımın argümanlarını kısaca gözden geçirmek gerekir.

19. yüzyılın düşünsel köklerinden ortaya çıkan liberal söylemlerden etkilenen liberal feminizm, cinsiyet eşitliğinin olabilirliğini ortaya atan ilk kuramdır. Kadın ve erkek aynı değildir ancak toplumdaki farklılaşma toplumsal cinsiyet temeline dayanmamalıdır. Liberal feministlere göre, "toplumsal cinsiyet-temelli farklılaşmanın ortadan kaldırılması, kadınlar için olduğu kadar toplumun bütünü için de makul bir hedeftir; örneğin iş piyasaları, kadınlara daha adil olursa iş gücü daha akılcı bir biçimde düzenlenebilir ve erkekler de aile hayatının tadını çıkarmak için daha özgür olabilirler."[41] Liberal-demokratik gelenek kökten bir değişimden ziyade marjinal reforma vurgu yapar. Öncelikli hedef, yasama ve politikada yapılacak olan reformlar yoluyla toplumsal cinsiyet eşitliğine ulaşmak anlamına gelen 'fırsat eşitliği'dir. Kurumsallaşmış güç ilişkilerinde radikal değişikliklere değil de kişisel gelişime öncelik verir. 1980'lerin politik ortamında daha etkili olan liberal feminizm, feminist politik stratejiler arasındaki farklılıkları gittikçe daha az belirsiz hale getirdi. Lovenduski ve Randall, "liberal feminizmin bir akımdan ziyade bir strateji olarak daha iyi anlaşılabileceğini"[42] öne sürer. Kendilerini liberal feminist olarak tanımlayan feministler, kadınları kamusal yaşamla bütünleştirmeyi ve desteklemeyi amaçlar, ancak, feministler arasında feminizmin ve feminist politikaların farklı anlamlar ta-

---

[39] *Feminist Review*, No.31, Spring 1989, s.2.

[40] Bkz. April Carter, *The Politics of Women's Rights* (Londra: Longman, 1988); David Bouchier, *The Feminist Challenge* (Londra: Macmillan, 1983); S. Rowbotham, L. Segal, H. Wainwright, *Beyond the Fragments* (Londra: Merlin, 1979).

[41] Smith, 1990 s.190.

[42] Lovenduski ve Randall, 1993, s.7.

şıması nedeniyle, liberallerin düşünceleri bir dizi tartışmayı da beraberinde getirir.

Kadınları erkek egemenliğinden kurtarmak için hukuki reformlar öneren liberal feministler sosyalist feministler tarafından eleştirilir. Sosyalist feministler iş gücü ve aile de dahil olmak üzere, kapitalist ekonomik ilişki ağları içinde kadınların durumuyla ilgilenir. Onlara göre, ataerkil kapitalizm, toplumsal cinsiyet ilişkilerini nasıl kurduğu ve maddi koşulların erkek ve sınıf egemenliğini nasıl desteklediği açısından sorgulanmalıdır. Sosyalist feministler için kapitalizm, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ve ayrımcılığın temel nedenidir. Bu konu üzerine yapılan çalışmaların işaret ettiği gibi,[43] sosyalist feministler aynı zamanda sınıf mücadelesinde toplumsal cinsiyeti göz ardı eden sol örgütleri de sorguladılar. Bu eleştirilerin, 1980'lerin başında Türkiye'de devlet tarafından dayatılan ataerkil ideolojinin yanı sıra sosyalist erkeklerin egemenliğine de karşı çıkmayı amaçlayarak kendi kadın gruplarını kuran sosyalist kadınlar için de önemli motivasyon unsuru olduğunu söylemek gerekir.

Radikal feministlere göre, geleneksel sosyalist kuram ve uygulama kadınlara uygulanan baskıyı açıklamakta yetersiz kalır. Sosyalist feministler gibi radikal feministler için de ataerkil sistem temel öneme sahiptir, ama radikal feministler erkekleri, kadınların ezilmesinin temel kaynağı olarak görür. Çalışmalarını, kadınsılığın ve cinselliğin toplumsal inşası, kadınların doğurganlıklarını kontrol etme hakları ve cinsel şiddet sorunları gibi konular üzerine yoğunlaştırırlar. Radikal feministler, lezbiyenliğin kendilerini erkek egemenliğinden kurtarmak için yalnızca cinselliği ifade etme özgürlüğü olmadığını, aynı zamanda feministler için temel bir politik uygulama olduğunu iddia eder. Politik lezbiyenizm kavramı 1970'lerde ortaya çıktı ve 'feminizm kuram, lezbiyenlik uygulamadır' sloganı geliştirildi.[44] Britanya ile karşılaştırıldığında, Türkiye'deki hiç bir feminist söylemin lezbiyenliğin politik bir uygulama olabileceğini vurgulamaması ilginçtir. Ancak son yıllarda, lezbiyenliğin bir cinsel tercih olarak bazı feminist çevrelerde tartışılmaya başlandığını belirtmek gerekir.

---

[43] Rowbotham, Segal ve Wainwright, 1979.

[44] Ti-Grace Atkinson, içinde Maggie Humm, *The Dictionary of Feminist Theory*, (Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf, 1989), s.118.

1970'lerin ortalarından itibaren radikal feminist konular feminizmin gündeminde önem kazandı. Sonuç itibarıyla, liberal feminist politikaların reformist yaklaşımları geri planda kaldı, güç ilişkileri ve güç merkezleri gibi konular feminist çalışmaların ilgi odağını oluşturdu.[45] Ev içi emek sorununu feminizmin radikal kanadı ele alarak özellikle iki konuyu gündeme getirdi: erkekler sadece erkek oldukları için kadınlar üzerinde güç kullanıyor; doğum ve kadın cinselliğinin kontrolü ve kadınlara yönelik şiddet. Bu konular etrafında düzenlenen kampanyaları radikal feministler örgütledi, ancak liberal ve sosyalist feministlerin bu kampanyalara karşı olduğu anlamına gelmez. 1970'lerin sonlarından itibaren, kadınlara yönelik şiddet, cinsel özgürlük, ücretli iş, kürtaj, doğum kontrolü, aile ve cinsiyete dayalı iş bölümü tüm feminist politik söylemlerin öncelik verdiği konular oldu.

1970'lerle karşılaştırıldığında bugün 'feminizm' kavramı farklı anlamlar içeren, çok farklı bir fenomen haline geldi. Feminizm genellikle 'postfeminizm' etiketi altında marjinalleştirildi ve yeniden tanımlandı. 1970'lerin feminizmi, kadınlara uygulanan baskının yapısal nedenlerini araştırarak kadınların ortak çıkarlarının altını çizdi. Son zamanlardaki feminist kuramsal çalışmalarda ise 'kadın' kavramı sorunsallaştırılıyor ve 'baskı' kavramı modası geçmiş muamelesi görüyor. Doksanların feminizmi yetmişlerin feminizminden farklı olarak, Lynne Segal'ın tanımladığı gibi,

> *"Kadınlara uygulanan baskının toplumsal nedenlerinin naif bir biçimde araştırılmasının yerine, söylemsel olarak üretilen, hiyerarşik bir yapıyla oluşturulan temel kavramlar dizisinin soyut incelemelerini koyar: Bunlar, özellikle cinsel farklılık, genel olarak ikili karşıtlıklar ve bir bütün olarak da bedenin hetero/seksüelleştirilen haritasını çıkarmakdır."*[46]

Yukarıda belirtilen bu değişime rağmen eşitlik, özerklik, farklılık ve kimlik gibi belli konular üzerinde yoğunlaşmak halen, daha sofistike biçimde de olsa, feminist düşüncenin ayırt edici bileşenlerini oluşturur. Lynne Segal'ın belirttiği gibi yetmişler

---

[45] Vicki Coppock, Deena Haydon & Ingrid Richter, *The Illusions of 'Post-feminism': New Women, Old Myths*, (Londra: Taylor & Francis, 1995), s.16.

[46] Lynne Segal, 'Generations of Feminism', *Radical Philosophy*, No: 83, Mayıs-Haziran 1997, s. 6-16, (s.6).

feminizminin "dogmatik doğrularla, kavramsal kapalılıkla, ikili düşünce yapısıyla, kimlik politikaları ya da sahte evrenselcilikle pek ilgisi yoktur, daha çok zor zamanların toplumsal hareket politikaları veya tabandan gelen politikaların meşakatli talihiyle ilgilidir."[47] Kimlik politikalarına vurgu yapan feminist kuramsal tartışmalar aşağıda daha kapsamlı ele alınacak. Bu tartışmalar, kadın dergilerinde feminizmin popülerleştirilmesini ve bu metinlerde kadın kimliğinin kuruluşunun düşünsel bağlamını anlayabilmek açısından oldukça önemlidir.

Kimlik ve Farklılık Üzerine Kuramsal Tartışmalar

Erken dönem ikinci-dalga batılı feminist söylemler, ortak yaşanan baskıların kadınları özgürlük mücadelelerinde bir araya getirdiğini varsaydı. Bu fikir, beyaz, orta-sınıf, yüksek tahsilli ve genelde heteroseksüel olmak gibi belli bir kimlik üzerine inşa edildi. Son onlu yılların gösterdiği gibi kadın özgürlük hareketlerinin amaçları ve talepleri, kendi sorunları temsil edilmeyen kadın grupları tarafından sorgulandı. Liberal feminizm, sosyalist feminizm ve radikal feminizm, kadınlara uygulanan baskılar konusunda kendi anlayışlarını sistematik bir biçimde ortaya koymaya ve ataerkil sistemi tutarlı bir şekilde kuramsallaştırmaya çalıştı. Kadınların ezilişinin evrenselliği üzerindeki varsayımlar, tarihsel ve kültürel farklılıkları anlamada sınırlı veriler sunan, biyolojik temelciliğe eğilimli oldukları için Eisenstein ve Ramazanoğlu gibi bazı feministler tarafından eleştirildi.[48] Kadın özgürlük hareketleri öncelikli olarak kadınlar arasındaki farklılıkları kuramsallaştırmakla ilgilenmediler, çalışmalarını kadınlar ve erkekler arasındaki eşitsizlikler ve farklılıklar üzerine yoğunlaştırdılar.

Tartışmalar ve kuramsallaştırma süreci genişledikçe, medya, eğitim ve kampanyalar aracılığıyla feminist araştırmalar gittikçe daha fazla sayıda kadını analizlerine dahil etmeye başladı. Bazı feministlerin kadınların ikinci planda ve baskı altında tutulma deneyimlerinin evrensel olmadığını kabul etmesi, kaçınılmaz

---

[47] Segal, 1997, s.10.

[48] Hester Eisenstein, *Contemporary Feminist Thought*, (Londra: Allen & Unwin, 1984); Caroline Ramazanoğlu, *Feminism and the Contradictions of Oppression*, (Londra: Routledge, 1989).

olarak feminist çevrelerde tartışmalara yol açtı. Britanyalı beyaz feministlerin geliştirdikleri kuramların Avrupa merkezci anlayışına meydan okuyan siyah kadın grupları, 1980'lerde Britanya feminist hareketlerinin parametrelerini oluşturdu. Humm'un belirttiği gibi, "1978'de kurulan Afrika ve Asya Kökenli Kadınlar Örgütü (OWAAD), ırkçı göç yasalarını sert bir şekilde eleştirdi ve 1979'da Brixton'da toplanan Ulusal Siyah Kadınlar Konferansı'nda Siyah Britanyalı kadın kimliği konularının yanı sıra Üçüncü Dünya üzerine de yoğunlaşıldı."[49]

Feminist çalışmalar dünyanın çeşitli bölgelerinde genişledikçe ve geliştikçe, kadınların belli kültürel anlayışlarının birbirinden farklı olduğu gerçeği giderek daha çok kabul gördü. Toplumsal cinsiyet, sınıf ve eşitsizliklerle ilgili konular uluslararası araştırmaların gündemine oturdu. Batı dışından gelen feminist araştırmacılar, Batılı feminist kuramlarla etkileşim içine girerek, kendilerince önemli buldukları bakış açılarını kendi araştırmalarında kullanmaya başladı. Bazı araştırmacılar yerel bağlama uygunluğu[50] vurgularken, pek çoğu, Batılı olmayan kadınların deneyimlerinin kendine özgülüğünün vurgulanması gerektiğini belirterek, beyaz ve orta-sınıf Batılı akademisyenlerin ürettikleri feminist kuramların geçerliliğini sorguladı.

1980'lerden beri yapılan feminist tartışmalar, farklı ırk, sınıf, kültür, cinsellik, millet ve dinden gelen kadınların üzerinde kurulan baskının, farklı şekillerde ortaya çıktığını ve farklı nedenlerden kaynaklandığını gösterdi. Yukarıda sayılan etkenler kadınların ezilmesinde önemli unsurlar olarak kabul edilir ve bu etkenlerin toplumda kadınla ilgili temel anlamları oluşturduğu ileri sürülür. Teresa de Lauretis feminist kuramın gelişen doğasına işaret eder ve şöyle der:

"Feminist kuram kadına yönelik baskıyı kuramsallaştırmaktan ibaret değildir... Cinsiyeti kadın olan ya da kadın olarak cisimlenmiş özne hakkında gelişmekte olan bir kuramdır; olu-

---

[49] Humm, 1992, s.6.

[50] Irene Tinker (der.), *Persistent Inequalities: Women and World Development*, (New York: Oxford University Press, 1990); Kate Young, Carol Wolkowitz ve Rosslyn McCullagh (der.), *Of Marriage and the Market: Women's Subordination in International Perspective*, (Londra: CSE Books, 1981).

şumu 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."[51]

Kadınlar arası farklılıkların tanınmasını sağlayan feminist kuramlar sonuç olarak, kadın kimliğinin homojenleşmesi ya da pek çok kadının feminist hareketin dışına atılma riskini azalttı. Nitekim farklı ırk, sınıf ya da kuşağa mensup kadınlar, kendilerine ait öncelikli konuların feminizmin gündeminde temsil edildiğini görmek için mücadele etti. Onlara göre, feminizmin gündeminde yüksek tahsilli, beyaz, orta-sınıf, heteroseksüel kadınlar vardı ve gündemi oluşturan konular, kendi ihtiyaç ve deneyimlerine cevap vermiyordu. Siyah kadınlar, lezbiyenler ve işçi sınıfına mensup kadınlar feminizmin temel söylemlerini, tam da hareketin dışına atılma deneyimlerini dile getirmek için kullanmaya başladıkları zaman, feminist politikalar içindeki bazı çatışmaların ciddiyeti farkedilmeye başlandı. 1970'lerin sonuna kadar, ırkçılık ve cinsiyetçilik konularını -kurumsal, toplumsal bir düzey yerine- kişisel düzeye indirgeme eğilimi vardı. Bu eğilim, Stuart'ın dediği gibi, "ırkçılığın yalnızca siyah kadınlara ait bir sorun olarak görüldüğünü"[52] ima eder. Böylelikle, ikinci-dalga feminizmin söylemlerinde dile getirilen evrensele ilişkin iddialar, farklı kadın grupları arasındaki kültürel deneyim farklılıklarını açıklayacak yeterli araçları sağlayamadığından bazı feministler açısından geçerliliğini yitirdi.

Siyah ve lezbiyen feministler, yeni feminist düşünce ve eylemleri üzerinde oldukça etkili oldu.[53] Kadın deneyimlerinin politik ve kuramsal etkilerine yoğunlaşmak gerektiği konusunda diğer feministleri ikna etmeye çalıştılar. Bu çabalar sonucunda, kadınları aynı toplumsal deneyimi paylaşmayan bir grup birey

---

[51] Teresa de Lauretis, 'Upping the anti(sic) in feminist theory' içinde *The Cultural Studies Reader* (der.) Simon During, (Londra: Routledge, 1993), s.74-89, (s.89).

[52] Stuart, 1990, s.35.

[53] Bkz. bell hooks, *Feminist Theory: From Margin To Center*, (Boston: South End Press, 1984); Floya Anthias ve Nira Yuval-Davis, 'Contextualizing feminism – gender, ethnic and class divisions' içinde *British Feminist Thought*, (der.) Terry Lovell, (Oxford: Basil Blackwell, 1990).

olarak düşünmek kabul görmeye başladı. Siyah kadınların eleştirel çıkışları pek çok feministi, kadınların kendi aralarında nasıl ayrıcalıklı konumlar yarattığı ve hiyerarşik güç ilişkileri kurduklarını incelemeye iterken, diğer taraftan farklılıklarını tanımanın yanı sıra tüm kadınların paylaştıkları deneyimleri bir araya nasıl getirip ortak bir politika üretebileceklerini sorgulamaya yöneltti. Imelda Whelehan, "aktif tartışmalar, erkek söylemin hegemonyasının altını oymak ve temelini sarsmak amacıyla devamlı surette çeşitlenen feminist söylemlerin zenginliğini teyit eder"[54] der. Böylelikle, diğer söylemlerin beyaz, heteroseksüel söyleme müdahaleleri, feminist politikaların ve kuramların sınırlarını genişletmeye yardımcı olduğu görülür. Kadınlar arası farklılıklar ve kadın kimliği kavramı son dönem feminist araştırmaların öncelikli konularını oluşturur.

Kadınlar arası farklılıklar, feminist psikanalist yaklaşımdan tarih, toplum, edebiyat, felsefe ve kültür gibi kadın merkezli yaklaşımlara kadar oldukça geniş açılardan incelendi. Örneğin, psikanaliz alanında Luce Irigaray'ın kadın tasvirleri üzerine yaptığı çalışma ve Helene Cixous'un kadın yazın kuramı, ataerkil sembolik düzene meydan okur. Irigaray ve Cixous, kadınlar arası farklılığın ataerkil sembolik düzen tarafından temsil edilmediğini ve bu düzenin kanunlarının ve dilinin kadınların yararına hizmet etmediğini iddia eder.[55]

Freud, bazı feminist araştırmacılar tarafından "cinsellik sorununu ön plana çıkaran ve cinsel kimliğin biyolojik yaratılıştan kaynaklanmayıp toplumsal olarak oluşturulduğunu savunan ilk kuramcı"[56] olarak kabul edildi. Bu argümanı takiben Juliet

---

[54] Whelehan, 1995, s.21.

[55] Luce Irigaray, This Sex Which is Not One, (Çev.) C. Porter and C. Burke, (New York: Cornell University Press, 1985, orijinal 1977); Helene Cixous, 'Sorties', içinde *The Newly Born Woman*, (der.) Helene Cixous ve Catherine Clement, (Çev.) Betsy Wing, (Manchester: Manchester University Press, 1987).

[56] Steve Burniston, Frank Mort ve Christine Weedon, Psychoanalysis and the Cultural Acquisition of Sexuality and Subjectivity' içinde *Women Take Issue*, Women's Studies Group Centre for Contemporary Cultural Studies, (Londra: Hutchinson & University of Birmingham, 1978), s. 109 – 132, (s.109).

Mitchell *Psikanaliz ve Feminizm*'[57] isimli kitabında, toplumsal cinsiyet temelli öznelliğin ideolojik olarak oluşturulduğunu ve egemen erkek ideolojinin devamlı surette üretilmesini garantileyerek kadınsılığı egemenliği altına alan bir yapı olarak görülebileceğini öne sürer. Mitchell'e göre bu süreci anlamak için en iyi araçları psikanaliz sunar.

Tarih, toplum ve kültüre yönelik kadın merkezli yaklaşımlar, kadının kültürel üretimini ve kadını özne olarak yeni bir bağlama oturtmaya çalışır. Kadın merkezli araştırmalar "kadınların kültürel üretimi için alternatif gelenekler oluşturmayı ve kadınların tarihini yeniden yazmayı amaçlar."[58] Kadın merkezli feminist politikalar en güçlü ifadesini, "kadın yaratıcılığının, erkek ve kadın kültürleri arasında hiç bir örtüşme sağlamayacak kadar erkek kültüründen farklı bir şey olduğunu" (a.g.e.). öne süren kültürel feminizmde bulur. Bazı kültürel feministler kadının farklılığını yücelterek, kadınların doğal özelliklerine erkeklerin özelliklerinden daha fazla değer atfeder. Kadın merkezli araştırmalarda farklılığa yapılan vurgu, araştırmacıları kadın farklılığının doğal mı yoksa kültürel mi olduğu sorusunu incelemeye götürür. 1980'lerden beri feminist kuram içerisindeki tartışmalar genelde özcü (essentialist) ve özcülük karşıtı (anti-essentialist) etrafında döner.

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. 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. Bu dilin kökeni genel olarak kadın bedeni ya da kadın hayalgücüdür ve kadınları ataerkil toplumun sömürüsünden kurtarabileceği bir kimliği dile getirmeye vâkıf kıldığı düşünülür.[59]

---

[57] Juliet Mitchell, *Psychoanalysis and Feminism*, (Harmondsworth: Pelican, 1976).

[58] Chris Weedon, *Feminism, Theory and the Politics of Difference*, (Oxford: Blackwell, 1999), s.22.

[59] Weedon, 1999, s.23.

Bazı feministlere göre, tek bir grubun belirlediği kadın kavramı, gerek kuramsal çalışmalara gerekse feminist eylemlere bir çerçeve oluşturması açısından yetersiz bir kaynaktır. Kadınlar arasındaki farklılıklardan kaynaklanan sorunlar, kadın-erkek farklılığı sorununa eklendi. Farklılığın tanınması, feminist kuram ve politikalarda önemli bir politik sorun haline geldi., Feminist hareketlerin içinde, kimlik politikalarının doğuşuyla farklılık kavramı özdeşleştirilir. Teresa de Lauretis'in, "kızkardeşlik güç oluşturur ancak başarılması zordur"[60] ifadesi feministler arasında çok sık hissedilir. Her iki konu da, yani kadınların evrensel gerçekleri ve kültürel çeşitlilikleri, feminist akademisyenlerin kuramsal çalışmalarının temel sorunlarını oluşturur. 'Women's Time'[61] adlı makalesinde Kristeva, feminizmdeki bu kuramsal gelişmenin altını açıkça çizer; bir yandan cinsel farklılığın tanınmasının gerekliliğinde ısrar ederken, diğer yandan 'kadın' kategorisini homojenize etmemek için kadınların kendilerini ifade etmedeki ve düşüncelerindeki çeşitliliği vurgular.

Baskı konusu bütünüyle terk edilmedi, ancak feminist eleştiri, toplumsal cinsiyet kavramını toplumsal yapılar ve sistemler bağlamında incelemekten ziyade toplumsal cinsiyet temelli öznelliklerin ve kimliklerin inşasını sorunsallaştırmaya başladı. Michele Barrett'in de işaret ettiği gibi, çalışmaların ilgi odağı sınıftan kültüre, toplumsal yapıdan bireye doğru bir değişim gösterdi; sistematik işleyen toplumsal cinsiyet ayrımlarıyla ilgili kaygılardan, farklılık temeline dayanan toplumsal cinsiyet kimlikleriyle ilgili kaygılara doğru bir kayış oldu.[62] Farklı kimliklerin tanınması feminist politikalar açısından bazı sorunlar ortaya çıkardı: eğer tüm kadınlar aynı baskı ve sömürü deneyimini paylaşmıyorsa ve bazı kadınlar diğerleri üzerinde baskı uyguluyorsa, özgürleşme hareketi politikaları üretmek nasıl mümkün olabilir?

---

[60] Teresa de Lauretis, 'Feminist Studies/Critical Studies: Issues, Terms and Contexts', içinde *Feminist Studies / Critical Studies*, (der.) Teresa de Lauretis (Bloomington: Indiana University Press, 1986), s.7.

[61] Kristeva, 1986, s.13.

[62] Michele Barrett, 'Words and things: materialism and method in contemporary feminist analysis' içinde *Destabilising Theory: Contemporary Feminist Debates*, (der.) Michele Barrett ve Ann Phillips, (Cambridge, Polity Pres, 1992), s.201-19.

Feminist kuramlarda kimlik ve öznellik konuları, epistemolojiyle ve feminist bilgi ve kadınların deneyimi arasındaki ilişkiyle yakından ilişkilidir.[63] Günümüz feminist epistemoloji ve metodoloji tartışmaları bir dizi postmodern kuramlardan etkilendi. Derrida, Lacan, Foucault, Deleuze, Irigaray ve Kristeva'nın çalışmalarına dayanan ve bazıları birbiriyle çelişen bu kuramları Chris Weedon post-yapısalcılık başlığı altında toplar.[64] Bu çok boyutlu çalışmalar, "yapıbozma" (deconstruction), "söylem" ve "farklılık" da dahil olmak üzere, feminizme kimlik ve öznellik konularındaki geleneksel varsayımlara meydan okumak ve onları tasfiye edebilmek için yararlanabileceği bir dizi eleştirel çerçeve sağlar.[65]

Öznenin değişken ve parçalı olduğu yönündeki post-yapısalcı argümana paralel olarak, bazı feministler açık bir gerçeklik olarak görülen kadınların ittifakını ve kadınlara uygulanan baskının bütünlüklü bir fenomen olduğu yönündeki fikirleri sorguladı. Post-yapısalcılığın ve feminizmin ortak meselesi öznellik konusuydu. Post-yapısalcı kuramlar, hümanistlerin "bilinçli, bilgili, bütünlüklü ve akılcı"[66] özne kavramını reddeder ve herhangi bir öz benlik ya da öz kimliğin olabilirliğini sorgularlar. Bu yaklaşım, öznellik ve kimliğin öze ait ve bütüncül olmaktan ziyade toplumsal olarak inşa edildiğini öne sürerek kavramsallaştırır. Diaspora ve kimlikle ilgili çalışmasında Avtar Brah şöyle der: "kimlikler, özneyi oluşturan çeşitli öznel tutumlarla belirlenir. Dolayısıyla kimlik ne sabittir ne de tekildir; tersine devamlı surette değişen bir ilişkisel çokluktan (multiplicity) ibarettir."[67]

---

[63] Batılı kadınların özgürleşme hareketleri ilk günlerinden beri kadınların deneyimlerini önemsedi. Feminist kimlik politikaları, deneyimin doğrudan bilgiyi ürettiği, gerçekliğin kavramlara ya da kurama gerek kalmadan o anda bilinebilir olduğu yönündeki epistemolojik konuma dayandırıldı. Nickie Charles, 'Feminist Practices: Identity, Difference, Power' iiçinde *Practising Feminism: Identity, Difference, Power*, (der.) Nickie Charles ve Felicia Hghes-Freeland, (Londra: Routledge, 1996), s.1-37 (s.6).

[64] Weedon, 1999, s.3.

[65] Ann Brooks, *Postfeminisms: Feminism, Cultural Theory and Cultural Forms*, (Londra: Routledge, 1997), s.21.

[66] Chris Weedon, *Feminist Practice and Poststructuralist Theory*, (Oxford: Blackwell, 1987), s.21.

[67] Avtar Brah, *Cartographies of Diaspora: Contesting Identities*, (Londra: Routledge, 1996), s.123.

Feminist post-yapısalcıların, öznelliği bu şekilde kavramsallaştırmaları özcü tartışmalara radikal bir meydan okuma içerir. Bu görüşe göre, 'kadın' ve 'erkek' gibi kategoriler doğa tarafından belirlenmez, kültürel ve toplumsal olarak inşa edilir ve kültürler ve tarihsel dönemler arasında kaydadeğer bir değişim gösterir. Erkek ve kadın kültürleri arasındaki farklılıkların tarihsel olarak üretildiğini düşünürler. Feminist post-yapısalcıların özcü-karşıtı bu tutumu, Weedon'a göre, "deneyimin bir bağlam içine yerleştirilmesini, deneyimin oluşumunu ve ideolojik gücünün incelenmesini"[68] mümkün kılar. Weedon'ın da belirttiği gibi, bu taktiğin avantajı, farklı durumlarda farklı söylemler arasında bir seçim yapma olasılığına işaret ederek, öznelliğin çelişkili yapısının farkına varılmasını sağlar. Kitabın ilerleyen bölümlerindeki dergi analizlerinde, bu stratejinin kadın dergileri söylemlerince uygulanması sürecinde bir tüketim tercihine indirgendiği görülür.

Toplumsal cinsiyet analizlerinde kullanılan bu yapıbozmacı yaklaşım, Derrida'nın metinsellik ve okuma üzerine kuramlarından yararlanır. Derrida'nın logos- merkezciliğin ve ikili karşıtlıkların dengesini bozmaya yönelik yaklaşımı, feminist kuramsal projeler tarafından ilgiyle karşılanır. Derrida'nın yapıbozma teknikleri gereğince, feminist kuram "phallocentric" (fallik-merkezci) söylemlere meydan okumada başarıya ulaşmak istiyorsa, phallocentrizmin dışında kendini konumlayarak bunu yapamaz. Elizabeth Grosz, feminizm için Derrida'nın çalışmalarının yararlı yönlerine dikkat çekerek şöyle der:

> *'Yapıbozma projesi', logos-merkezciliğin bir alt kategorisi olan phallocentrizme yönelik feminist meydan okumayı rafineleştirir ve geliştirir... Logos- merkezci yapı içten içe ataerkildir; bizatihi ikili karşıtlıkların yapısı erkek/erkek olmayan (kadın) farklılığıyla imtiyazlı hale getirilir.*[69]

Angela Miles, erkek egemen 'evrensel' kuramlara direnmek, söz konusu baskıcı "ikili karşıtlıkları" tasdik etmek/dönüştürmek/aşmak yerine onları yapıbozuma uğrat-

---

[68] Weedon, 1987, s.125.

[69] Elizabeth Grosz, 'Contemporary Theories of Power and Subjectivity', içinde *Feminist Knowledge: Critique and Construct*, (der.) S. Gnew, (Londra: Routledge, 1990), s.101.

mak/ertelemek/ters yüz etmek/yerlerini değiştirmek gerektiğini söyler.[70] Bu görüşe göre, yapıbozuma uğratmak hiyerarşik ve birbirine karşıt güç ilişkilerine meydan okumaya ve ikili karşıtlıkları devingen bir biçime dönüştürmeye katkıda bulunur. Ancak bunun sonucunda kimliğin ve öznelliğin doğasının sorunsallaştırılabileceği ve derinlemesine incelemeye açılabileceği başka bir sistem oluşturulabilir.

Toplumsal cinsiyet analizlerine yönelik diğer bir post-yapısalcı yaklaşım, Foucault'nun öznellik, beden, söylem ve güç üzerine çalışmalarını kapsar. Foucault'nun bu çalışmaları, feministlerin 'güç-bilgi' üzerine yaptıkları tartışmaların içeriğini ve odağını değiştirdi. Weedon'ın da belirttiği gibi, post-yapısalcı feministler, "beden, doğa ve normal olmak gibi kategorilerin söylemsel olarak nasıl üretildiği ve gücün etkilerini taşıdığını"[71] göstermek için Foucault'dan yararlandılar. Bu yaklaşıma göre, cisimleşmiş öznellik, çoğul ama genellikle birbiriyle çelişen öznellik biçimlerini üreten söylemlerin etkisi sonucunda oluşur (a.g.e.). Foucault'ya göre psikoloji, biyoloji, tıp, etik, pedagoji gibi söylemler güç odakları ve ilişki ağlarından doğar ki bütün bunlar birlikte bir genel strateji oluşturur.

Foucault, söylemler dizisi dışında cinsiyet diye bir kavramın varlığını kabul etmez. Foucault'nun 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,[72] 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. (İlerideki incelemelerde de görüleceği gibi, kadın dergileri, kadınların kimliklerinin parçalanmış doğasını

[70] Angela Miles, *Integrative Feminisms: Building Global Visions, 1960's-1990's*, (Londra: Routledge, 1996) s.73.
[71] Weedon, 1999, s.116.
[72] Örneğin *Gender Trouble*, (Londra: Routledge, 1990).

yansıtmak açısından iyi bir örnek oluşturur.) Mary Poovey'e göre 'bu strateji, "kadın" kavramını bir dizi bağımsız değişkene dönüşecek şekilde yapıbozuma uğratarak, tüm kadınları yalnış bir şekilde birleştirilmiş bir "kadın" başlığı altında toplamanın, gerçekte kadınları birleştirdiği kadar bir birinden ayıran güç mekanizmalarını maskelemeye nasıl yardım ettiğini gösterir.'[73] Diğer bazı postmodern feminist kuramcılar da, kadını tanımlamanın olabilirliğini tamamen reddeder ve "toplumsal cinsiyet ya da cinsiyet farklılığı politikasının, toplumsal cinsiyetin önemini yitirdiği ve farklılıkların çeşitliliği anlayışıyla yer değiştirmesi gerektiğini"[74] öne sürerler. Dahası, 'kadın' kategorisinin sadece kadınların deneyim farklılıklarını ve çeşitliliğini en aza indirgeme tehlikesi yaratmadığını, aynı zamanda, kadınları ana akım bilginin dışında bıraktığını ya da bu alanda görünmez kıldığını dile getirirler.[75]

Feministleri kendi kategorilerini araştırmaya ya da yapıbozuma uğratmaya iten nedenlerden biri, Brooks'un da belirttiği gibi, amaçlarından bir tanesi olan toplumsal cinsiyet eşitliği sorununu fark etmekte feministlerin göreceli olarak başarısız olmasıdır.[76] Brooks'a göre, önceden belirlenmiş kategoriler kadınlar arasındaki eşitsizlikleri, özellikle de sınıf, ırk, cinsel yönelim ve fiziksel yetenek farklılıklarını yansıtmakta yetersiz kaldı. Nitekim post-yapısalcı eleştiriler diğer yaklaşımların kısıtlamalarıyla mücadele eden feministlere, analizlerinde kullanabilecekleri bir dizi kavram sağlamaları açısından önemlidir. Örneğin, post-yapısalcı eleştirinin siyah kimlik politikalarının öznelliğiyle bağlantısını değerlendiren bell hooks'a göre, "evrenselliğin yanı sıra statik ve önceden belirlenmiş kimlik kavramlarına kitle kültürü ve kitle bilinci içerisinden meydan okuyan özcü-karşıtı eleştiriler, bireyin oluşması ve kendini güçlü bir şekilde ortaya koyması için

---

[73] Mary Poovey, 'Feminism and Deconstruction', *Feminist Studies* 14, 1 (Bahar 1988), s.58.

[74] L. Alcoff, 'Cultural Feminism versus Post-Structuralism: The Identity Crisis in Feminist Theory', *Sings* 13 (3) 1988, s.405-37, (s.407).

[75] Kuramsal tartışmalarda toplumsal cinsiyet ve cinsiyetin yeniden kavramsallaştırılması üniversitelerdeki kadın çalışmalarına verilen ismi de etkiledi; 1980'lerin sonlarından itibaren 'kadın' yerine 'toplumsal cinsiyet' kavramını kullanmak yaygınlaştı.

[76] Brooks, 1997, s.40.

yeni olasılıklar doğurabilir."[77] hooks'un tespiti aynı zamanda kadın kimlik politikaları için de geçerlidir. Bu kitapta yer alan kadın dergi analizlerinin de gösterdiği gibi, özcü-karşıtı feminist kuramsal perspektifle popüler kültür ürünleri arasında, kadın kimliklerini inşa etmede yeni olasılıkların ortaya çıkması açısından paralellik kurulabilir.

Sonuç olarak, feminist hareketlerin ve postmodernizmin ortak noktasının, egemen söylemlerin içinin boşaltılması süreci olduğu söylenebilir. Bu süreçte, hem feministler hem de postmodernistler alternatif epistemolojik konumlar geliştirmeye çalışırlar. McRobbie, feminizmin postmodernizmle olan ilişkisi hakkında olumlu görüş belirtir ve postmodernizmin feminizme katkısının öneminin "tek ses" fikrini reddetmesinde; "eşitlik ve farklılığın ötesinde" yatan görece olarak araştırılmamış politik alanı inceleme isteğinde; kendisini farklılık politikasıyla ilişkilendirmesinde ve "gerçek ben" arayışını ortadan kaldırışında yattığını söyler.[78]

Ancak, post-yapısalcı ve postmodern feministler 'kadın' sorununa yaklaşım biçimlerinden dolayı bazı diğer feministler tarafından eleştirildi.[79] Örneğin Carol A. Stabile, "özcü-karşıtı feminizmin günümüzde farklılık dışında hiçbir şeyi gözü görmeyen postmodernizme kaydığını"[80] iddia eder. Bu iddia şunu önerir: Postmodernist argümana göre 'gerçek' artık herhangi somut, nesnel bir gerçekliğe tekabül etmez, feminizmdeki yeni trendler 'kadın' kategorisini 'söylemsel' bir oluşuma indirgerler. Stabile'e göre özcü-karşıtı feminizm o kadar parçalanmış ve değişkendir ki, politik bir projeye nasıl temel oluşturabileceğini görmek zordur (a.g.e.). Ayşe Düzkan da Türkiye'deki feminist gruplar ara-

---

[77] bell hooks, *Yearning: Race, Gender and Cultural Politics*, (Boston: South End Pres, 1990), s.29.

[78] Angela McRobbie, Postmodernism and Popular Culture, (Londra: Routledge, 1994), s.64.

[79] Postmodernizme yöneltilen güncel radikal feminist eleştiriler için bkz. *Radically Speaking: Feminisms Reclaimed* (der.) Diane Bell ve Renate Klein, (Londra: Zed Books 1996).

[80] Carol A. Stabile, 'Postmodernism, Feminism and Marx: Notes From the Abyss' içinde *Monthly Review: An Independent Socialist Magazine*, Temmuz-Ağustos, 1995, s.4. Sosyal Bilimler Kaynağı CD-Rom'undan elde edilmiştir.

sında benzer bir gelişmeye işaret eder ve şöyle der: "kadın kimlikleri (İslamcı, Kemalist, Kürt, Radikal gibi) parçalandıkça, farklı feminist gruplar birlikte eyleme geçebilecekleri ortak bir gündem olmadığına inanmaya başladı. Her grup kendi gündemini koruma ve kendisini diğerlerine karşı konumlandırma ihtiyacı hissediyor."[81] (Bu konu bir sonraki bölümde ayrıntılı bir şekilde ele alınacak.) Düzkan'a göre, feminizm farklı kadın kimliklerini ifade etmeyi değil farklı kadınların paylaştıkları baskıyı ortaya koymayı amaçlar.

Stabile, özcü ve özcü-karşıtı yaklaşımlar arasındaki soyut (dil ve söylem düzeyinde) karşıtlığın çok fazla kuram ürettiği, ancak uygulamayı dışladığı gerçeğine işaret ederek feministleri uyarır. Barbara L. Marshall da benzer bir noktaya dikkat çeker: "feminist kuramın 'özne'yi reddetmesi, politik bir proje olarak postyapısalcı feminizmin konumunda ciddi sorunlar ortaya çıkarır."[82] Teresa de Lauretis de bunu sorunlu bulur ve deneyimin (öznelliğin) feminist pratiklerle ilişkili olarak kuramsallaştırılmasının gerekli olduğunu düşünür ve toplumsal cinsiyet temelli öznelliği "tarihselleştirilmiş deneyimin oluşmakta olan mülkü"[83] olarak görmenin önemini vurgular. *Alice Doesn't* isimli kitabında Lauretis, 'kadın'ı hegemonik söylemlerin oluşturduğu 'kurgusal bir yapı', 'kadınlar'ı da 'gerçek tarihsel varlıklar'[84] olarak formüle eder ve feministleri bu ilişkiyi sadece kadın öznelliklerinin kurulduğu bir alan olarak tasvir etmeye değil, aynı zamanda değiştirmeye teşvik eder.

Feminist çevrelerdeki yeni tartışmalar çok çeşitli şeylere, örneğin bir yaklaşım ya da politik konuma işaret ettiği için, feminizm

---

[81] Ayşe Düzkan, 'Hareket Nereye?', *Pazartesi*, No: 49, Nisan 1999, s.23.

[82] Barbara L. Marshall, *Engendering Modernity: Feminism, Social Theory and Social Change*, Oxford: Polity Pres, 1994, s.111.

[83] 'Upping the anti(sic) in feminist theory' adlı makalesinde, de Lauretis özcü tartışma için yeni bir hareket noktası önerir ve feminizmin 'temel farklılığının' tarihsel özgünlüğünde ve kadınların hem erkeklerden hem de birbirlerinden farklı yaşadıkları mekânlar, bedenler ve söylemlerde bulunabileceğini iddia eder. Ayrıca, feminizmin tarihsel özgünlüğünü incelemeye 'kadın olarak cisimlenmiş toplumsal özne' ile başlamak gerektiğini söyler. *The Cultural Studies Reader*, (der.) Simon During, (Londra: Routledge, 1993) s.84.

[84] Teresa de Lauretis, *Alice Doesn't*, (Bloomington: Indiana University Pres, 1984), s.5.

her zamankinden daha muğlak bir kavram haline geldi. Bir insan postmodernist feminist, sosyalist feminist, porno karşıtı feminist, liberal feminist ya da ekofeminist olabiliyor. Feminizm içindeki bu birbirinden farklı ve çelişkili görünen motivasyonlara rağmen, Stabile, özcü-karşıtı yaklaşımla postmodernizmin kesiştiği yerde belli ortak noktalar gözlemlenebileceğini söyler ve "özcü-karşıtları kendi bakış açılarıyla feminist politika arasında bir bağlantı olduğunu iddia etmelerine rağmen, 'politika' kategorisinin (tıpkı 'kadın' kategorisi gibi) içinin boşaltıldığını, çünkü postmodernistlerin 'toplumsal' olanı 'söylemsel'e, toplumsal ilişkileri de dilsel biçimlere indirgediklerini"[85] ileri sürer. Böylece, Stabile'e göre, farklılık argümanı bireyselleşmiş güç ilişkilerini vurgularken onlar arasındaki sistemik bağlantıları dışlar ve dahası ataerkil yapının ve kapitalizmin sistemik gücü tartışma konusu bile edilmez. Böylesi mikropolitikaya odaklanmanın sonucunda ortaya çıkan 'yaşam tarzı'na ve tüketime dayalı bir kimlik politikasıdır. Bireyselliğin, ortak çıkar ve kolektif toplumsal mücadele politikasının yerini aldığı görülür. Örneğin, üçüncü bölümde yer alan Britanya kadın dergi analizleri feminizmin bir tarz ya da üzerine giyilecek bir şey gibi sunulan böyle bir feminist kimlik politikasını yansıtır. Feminizmin bu şekilde popülerleşmesi, bu durumun nasıl yorumlanabileceği, feminist politika ve stratejilerin geleceği açısından ne anlama geldiği ilerleyen bölümlerde tartışılacak.

Özetlemek gerekirse, feminist düşüncelerin medya, eğitim, politika ve diğer kaynaklar aracılığıyla yayılması sayesinde feminizm kavramı yeniden tanımlandı, değişime uğradı ve 'toplumsal sağduyu' haline geldi. Rebecca West, 1980 ve 1990'larda feminizmde görülen değişimin bu yönüne referans vererek, özellikle yeni nesillerin çeşitli alanlarda feminist düşünceyle tanışmaları sonucu, feminizmin kolektif bilincin bir parçası haline geldiği bir döneme işaret eder.[86] Çelişkili feminist anlayışlar, bazı feministleri feminizmin sonunun gelip gelmediği konusunu tartışmaya sürükler, ancak tartışma hangi yöne giderse gitsin şüphesiz yıllar

[85] Stabile, 1995, s.5.

[86] Rebecca West, 'Feminist Activism: continuity and change' içinde *Women Power and Resistance: An Introduction to Women's Studies*, (der.) Tess Cosslett, Alison Easton ve Penny Summerfield, (Buckingham: Open University, 1996), s.248.

içinde feminizm hem akademide hem de kamusal alanda önemli bir tartışma konusu olmuştur. "Feminism: Dead or Alive"[87] adlı makalesinde Andrea Stuart büyük "F" ile yazılan feminizmin kadınların ihtiyaçlarına ve yaşam tarzlarına cevap vermediği ya da onlarla ilgilenmediğini ve bunun üstesinden gelinemediğini iddia eder. 1980'lere göndermede bulunarak "kadınların henüz eşit işe eşit ücret elde etmediklerini; halen üreme haklarının kontrolünü ellerinde tutmak için mücadele ettiklerini ve kadınların hâlâ cinsiyetleri yüzünden hemen hemen tüm toplumlarda ve kültürlerde toplumsal düzenlemelerin en alt kademelerinde yer aldıklarını" söyler (ibid). Stuart'ın belirttiği bu konular günümüzde de kadınların yüzleşmek zorunda kaldığı konular arasındadır, ancak, bugün pek çok feminist bunları ne 'kadın sorunları' olarak görür ve erkek egemenliğine karşı kolektif eylem önerir, ne de feminist kuram ve uygulamayı birleştirme eğilimi gösterir.

Bu bölümde tartışılan konulardan iki sonuç çıkarmak mümkün: feminist akademik araştırmaların kapsadığı konularda ilerleme kaydedilirken, kadına uygulanan baskıya karşı stratejiler üreten feminist politikalar pek fazla gelişemedi. Özellikle siyah ve lezbiyen feministlerin çalışmaları bu sorun etrafında yoğunlaşır. Ataerkil ve kapitalist ideolojilerin baskısına maruz kalan kadınların kurtuluşuna yönelik stratejiler üretebilmek için, feministler, kadınların deneyimlerinin politik ve kuramsal açıdan ne ima ettiğine yoğunlaşılması gerektiğine dikkat çekerler. KÖH'den farklı bir biçimde de olsa, feminist aktiviteler ülkenin farklı kesimlerinde halen çok sayıda kadın yardım grupları, (kadın sığınma merkezleri, tecavüz kriz merkezleri gibi) hizmetlerin tanıtımı, yayınlar ve kampanyalarla devam ediyor. 1990'larda başlatılan önemli kampanyalardan biri, 1992'de Edinburgh'da District Council Women's Committee tarafından kadınlara yönelik şiddetin üzerine gitmek ve kamusal bilinci yükseltmek amacıyla başlatılan 'Sıfır Hoşgörü' adlı kampanyadır. Komite ilk defa yerel hükümetin de desteğini arkasına alarak bu kampanyayla, kamusal alanda kadına yönelik şiddetin neden ve niçinlerini feminist bakış açısından kamuya sunmaya çalıştı.[88] "Değişim için kampanya

[87] Stuart, 1990, s.28.

[88] 'Sıfır Hoşgörü' kampanyası Susan Hart tarafından ayrıntılı olarak tartışılmıştır. Susan Hart, 'Zero Tolerance of Violence Against Women' in

yaparken feminist araştırmalardan da yararlanma ihtiyacı açıkça görünüyor, ancak bu ne sıklıkta oluyor?" (ibid) diye sorar kampanyanın direktörü. Bu kampanya feminist araştırma ve kuramlarının uygulamaya konulabileceğinin olabilirliğini göstermesi açısından oldukça önemlidir; aynı zamanda yeni bin yılda kadınların ihtiyaçlarına cevap verebilecek yeni feminist politikalar üretmek için feminist akademisyenlerin ve aktivistlerin işbirliği içinde çalışmasının gerekliliğini vurgular.

Türkiye'de Çağdaş Feminist Düşünce

Daha önce de vurgulandığı gibi, feminizm, çoğul ve karmaşık bir kavramdır. Feminizm kavramına karşı tepkiler belli kültürel oluşumları temsil eder; bu nedenle bir kültürde bu kavrama atfedilen değerlere göre feminizm çeşitlilik gösterir. Örneğin, Batı ya da Batı dışındaki farklı kültürel bağlamlar, feminizmi anlamak için hem temel bir farklılık kaynağı, hem de olası bir takım modeller oluşturur. Nükhet Sirman'a göre, Batı'daki feminizm deneyimi, kuramsal çalışmaları ve düzenli bir şekilde kayda geçmiş tarihiyle, feminizmin ne olduğu ve Batılı olmayan feminist aktivistlere göre feministlerin kimler olduğu konusunda çok güçlü bir popüler imge yaratmanın yanı sıra önemli bir referans noktası sağladı.[89] Sirman, Batılı ve Batılı olmayan deneyimler arasında ilişkinin kurulabileceğini ancak, onların tarihsel olarak kendilerine özgü fenomenler olduğunun unutulmaması gerektiğini söyler. Daha önce de belirtildiği gibi, düşünce ve bilgi akışı Batılı feministlerin egemenliğindedir. Bu durum kaçınılmaz olarak Batılı olmayan ülkelerden bazı feministleri Batı-merkezli feminist söylemleri eleştirmeye iter. Türkiye'deki feminist düşüncenin oluşumu sürecine bakıldığında, sadece Batılı düşünce akımlarından değil, aynı zamanda uluslararası örgütler ve ulus aşırı ağlardan da etkilendiği görülür. Türkiye'deki feministleri harekete geçiren bu etkileşim, başlangıçta Türkiye'de feminist politik mü-

---

Desperately Seeking Sisterhood, (der.) Magdalene Ang-Lygate, Chris Corrin ve Millsom S. Henry, (Londra: Taylor & Francis, 1997), s.95-105. Bu kampanya 1990'ların ortasında Mor Çatı tarafından İstanbul'da başlatılmış ancak yaygınlaşıp etkili olamamıştır.

[89] Nükhet Sirman, 'Feminism in Turkey: A Short History' içinde *New Perspectives on Turkey*, Güz 1989, 3(1), s.1-34, (p.1-2).

cadeleyi oluşturmanın çeşitli yollarını açtı, daha sonra kadınların yerel taleplerine yönelik politikalar üretmelerine temel oluşturdu. Türkiyeli feministlerinin 'özgün' söylem arayışları bu bölümün sonunda daha ayrıntılı tartışılacaktır.

Türkiye'de yeni bir feminist hareketin ortaya çıktığı[90] 1980'lerin başı itibarıyla toplumsal olarak feminizm kavramı hakkında konuşmak giderek daha yaygın hale geldi. Ancak, 1980'lerin başını bir başlangıç noktası olarak almak bizi yanlış yönlendirecektir, çünkü feminist hareketin kökenleri 19. yüzyılın sonlarına kadar uzanır. Türkiye'deki feminist araştırmacılar, geç Osmanlı dönemi ve çağdaş Türkiye'nin politik ve ideolojik gündeminde merkezi bir yer işgal etmiş olan kadının konumu hakkındaki tartışmalarda üç önemli tarihsel dönem belirleme eğilimindedir.[91] Bunların ilki, 19. yüzyılın ikinci yarısında kurumsallaştırılmaya başlanan Osmanlı reformları dönemidir. Kendilerini modernist İslamcı bir bakış açısıyla tanımlayan erken dönem reformcular, kadınların yaşam şartlarında bazı değişiklikler önerdi. İslami hukuka göre, bir kadın mahkeme önünde tanıklık ve mirasla ilgili konularda hak ve ehliyet bakımından bir erkeğin yarısı değerindeydi. Erkeklerin dört kadınla evlenmesine izin veren aile hukukunda ise kadının değeri daha da azdı. Nermin Abadan-Unat ve Oya Tokgöz'ün belirttiği gibi, "kadınlar ve erkekler arasındaki ilişkiyi düzenleyen bu yaklaşım hukuki olarak kaldırılmış olsa da, toplumsal gelenekler halen bu uygulamaların izlerini taşır".[92] Feminist hareketin ilk aşaması, eş ve anne olarak

---

[90] Türkiye'den bahsederken *feminist hareket* ve *feminist hareketler* kavramları arasındaki farklılığı belirtmek gerekir. İlk kavramı 1980'lerde tek bir hareket olarak ele alınabilecek feminist aktivizmi tanımlamak için kullanıyoruz. 1980'lerin sonunda yeni feminist hareketlerin, Kemalist, İslamcı, Kürt feminizmi gibi gelişmesinden sonraki dönem için kavramı çoğul kullanmak gerekir.

[91] Sirman, 1989; Deniz Kandiyoti, 'Emancipated but Unliberated? Reflections on the Turkish Case', Feminist Studies, vol.3, no.2 Yaz 1987, s. 317-38; Şirin Tekeli, 'Emergence of the New Feminist Movements in Turkey' içinde The New Women's Movements, (der.) D. Dahlerup, (Londra: Sage, 1986), s.179-99.

[92] Nermin Abadan-Unat ve Oya Tokgöz, 'Turkish Women as Agents of Social Change in a Pluralist Democracy', içinde *Women and Politics Worldwide*, (der.) Barbara J. Nelson & Majma Chowdhury, (New Haven & Londra: Yale University Pres, 1994), s.706-720, (s.708).

kadınlara atfedilen geleneksel rollere karşı çıkarak Osmanlı toplumunda kadının konumunu sorguladı; eğitim, çalışma ve kamusal alana katılım hakkı talep etti. Türkiye'nin en önde gelen feminist akademisyen ve aktivistlerinden biri olan Şirin Tekeli, bu dönemin kadın hareketi ile 1980'lerin kadın hareketi arasındaki paralelliklere dikkat çeker.[93]

Toplumsal yaşamda kadınların konumu ve kadınlığın anlamı üzerine yapılan tartışmaların ikinci dönemi Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunun ilk yıllarına rastlar. Batılılaşma sürecinin başlamasıyla beraber, kadın hakları ve kadınların toplumsal rolü kamusal alandaki tartışmalarda önemli bir yer tutar. Yeni Cumhuriyetin uygulamaya koyduğu reformlar yoluyla, Osmanlı dönemine kıyasla, kadınların statüsünde kaydadeğer ilerlemeler görülür. Bu reformların içeriği ve günümüz feminist düşünce açısından doğurduğu sonuçlar takip eden bölümlerde ele alınacak.

Feminizm ve 'kadın sorunu'nun kamusal alanda önemli bir yer işgal ettiği üçüncü dönem ise 1980 darbesinin hemen sonrasında başlar. Bu yeni feminist mücadele, kadınların toplumdaki konumunun önemli bir politik konu olduğunu dile getirmekte başarılı oldu ve feminizmi politik söylemin bir parçası haline getirdi. Bu süreçte feminizm, devlete muhalif iki ideolojiyle, sol ve İslami söylemlerle, aynı politik alanı paylaştı ve bu ideolojiler kaçınılmaz olarak Türkiye'deki feminist konuları ve talepleri biçimlendirmede etkili oldu.

Feminist hareketlerin evrimi ve 'kadın sorunu' etrafında gelişen tartışmalar, yukarıda özetlenen son iki tarihsel döneme paralel olarak iki ana bölümde incelenecek.[94] Birinci kısım, Türkiye'de günümüz feminist tartışmalarına zemin hazırlayan ve ideolojik söylemleriyle kadınların taleplerini biçimleyen Cumhuriyet dönemini ele alır. Bu bölümün ikinci kısmı, 1990'lı yıllarda feminizmi oluşturan parametreleri anlamamızı sağlaması amacıyla, kadınların politik taleplerini dile getirdikleri 1980'lerin toplumsal,

---

[93] Şirin Tekeli, 'Introduction: Women in Turkey in the 1980's' içinde *Women in Modern Turkish Society*, (der.) Şirin Tekeli, (Londra: Zed Books, 1995), s. 1-21, (s.11).

[94] Bu tarihsel dönemlerin son ikisine odaklanacağız, çünkü bu dönemlerin toplumsal, kültürel ve politik özgünlükleri 'kadın sorunu'yla ilgili talepleri oluşturdu ve Türkiye'de çağdaş feminist düşünceyi şekillendirdi.

politik ve kültürel bağlamına yoğunlaşır. Türkiye'ye özgü bu iki tarihsel dönem, Türkiye'deki feminist hareketlerin, genel olarak Batı'daki ve özelde Britanya'dakinden farklı bir biçim aldığı gerçeğine işaret eder; olaylar, zamanlar, tarihler ve beklentiler birbirinden çok farklıdır. Son otuz yıldan beri uluslararası feminizm üzerine yapılan çalışmalar, feminizmin farklı kültürlerde farklı biçimlerde geliştiğini ortaya koyar.[95] Dolayısıyla, feminizmin günümüz Türkiye'sindeki konumunu incelemek için, feminist düşüncenin gelişimini tarihsel bağlamı içerisinde değerlendirmek ve feminist hareketlerin içinde oluştuğu politik alanı göz önünde bulundurmak gerekir. Bu yaklaşım zaman zaman Türkiye'deki gelişmeleri Britanya ile karşılaştırmamızı ve farklılıkların veya benzerliklerin nedenini daha iyi anlamamızı da sağlayacaktır.

Modernleşme Projesi ve 'Devlet Feminizmi'nin Doğuşu

Yeni Cumhuriyet'in kurucuları Osmanlı kimliğine karşıt bir Türk kimliği yaratmayı hedeflediklerinde, bu hedefe ulaşmada en önemli unsur, kadınların İslami kurallar altında ezildiğini öne sürerek Osmanlı aile yapısına bir alternatif sunmak oldu. Yeni kurucu elitin gerçekleştirdiği Kemalist reformlar, İslamî yaşam tarzının temellerini sarsmayı amaçlıyordu. 1926'da Şeriat Kanunu İsviçre Medeni Kanunuyla değiştirildi. Türkiye'nin çağdaşlaşma projesi, laik modern yaşam tarzını yerleştirmek amacıyla tüm dini semboller ve uygulamaların kamusal alandan çıkarılmasını içeriyordu: türbe ve tarikatların yasaklanması (1925); geleneksel Osmanlı başlığı olan fesin yasaklanması ve yerine Avrupa'dan gelen şapkanın konulması (1925); Batı takviminin benimsenmesi (1926) ve Arap alfabesinin Latin alfabesiyle yer değiştirmesi (1928).[96] Tüm bu reformlar, Türkiye'nin İslam dünyasıyla

---

[95] Örneğin Peggy Watson '(Anti)feminism after Communism' adlı makalesinde Doğu Avrupa'da erkekliğin yükselişini inceler ve Batı'nın deneyimiyle karşılaştırır. Maskülenizmin yükselişinin feminist-karşıtı bir tepki olarak adlandırılamayacağını, çünkü Doğu Avrupalı kadınların feminizmi asla politik bir kimlik olarak tanımlamadıklarını ileri sürer. Peggy Watson, '(Anti)feminism after Communism' içinde *Who's Afraid of Feminism*, (der.) Ann Oakley ve Juliet Mitchell, Londra: Penguin, 1997, s.144-61.

[96] Nilüfer Göle, 'The Gendered Nature of the Public Sphere', *Public Culture*, 10 (1), 1997, s.61-81, (s.65).

ilişkiyi kesme ve Batı medeniyetine doğru yönelme arzusuna işaret eder.

Kemalist reformlar gündelik hayatı düzenlemeye yönelik çok sayıda reformun yanı sıra kamusal alanda kadının bedensel, toplumsal ve politik görünürlüğüyle de ilgilendi. Türbanın kaldırılması, kız ve erkeklerin birlikte eğitim almasının zorunlu hale getirilmesi, seçme ve seçilme hakkı da dahil olmak üzere kadınların vatandaşlık haklarının genişletilmesi ve aileyi düzenleyen İslami kanunların kaldırılması kadınların kamusal alandaki görünürlüğünü ve vatandaşlıklarını garanti altına almıştır.[97] Böylelikle Cumhuriyet'in liderleri tarafından yeni bir 'çağdaş' kadın imajı yaratıldı; 'yeni kadın' çarşafsız ve Avrupalı görünüyordu. Bu girişim, kadın bedeninin devamlı surette politik amaçlarla sembolik temsil aracı olarak kullanılmasının yalnızca bir örneğidir. Pek çok araştırmacı, yeni Cumhuriyet'in eşitlikçi bir toplum yaratma ve kadınlara haklar vererek onları toplumun merkezine koyma çabasını 'devlet feminizmi' olarak adlandırır. Diğer bir deyişle, bu dönemde kadınların özgürleşmesi için verilen mücadelenin devlet-güdümlü olduğu düşünülür ve kadınların yalnızca kurumsal açıdan 'özgürleştirildiği' öne sürülür.

Kadınların statüsündeki gelişmeler, yeni devletin kurulma sürecinde temel konulardan biri olarak görülür. İsviçre Medeni Kanunu'nun benimsenmesi ve özellikle 1934'de oy kullanma hakkına geçilmesi, kadınların yaşamlarında kayda değer gelişmelere neden oldu, aynı zamanda Batılılaşma sürecinde de önemli rol oynadı.[98] Bu gelişmeler, kadınların kamusal yaşamdaki statüsünün de yükselmesini sağlayarak resmi anlamda demokratik haklarının genişlemesi anlamına geliyordu. Erkeklerin yanı sıra, sınıfları, dinleri ve gelenekleri izin verdiği ölçüde, küçük bir kadın grubu da yeni sivil ve toplumsal haklardan yarar sağlayabildi. Devlet, kadınları, özellikle öğretmen olarak evin dışında çalışmaya teşvik etti. Böylece kadınlara yeni bir misyon,

---

[97] Nilüfer Göle, 1997, s.65.

[98] Yeşim Arat, 'Women's Movements of the 1980s in Turkey: Radical Outcome of Liberal Kemalism?' içinde *Reconstructing Gender in the Middle East: Tradition, Identity and Power*, (der.) S. Balaghi ve F. Göçek, New York: Columbia University Press, 1994, s.100-13, (s.101).

ulusu eğitme misyonu verilmiş oldu. Sirman'ın da belirttiği gibi, "19. yüzyılın ikinci yarısında Osmanlı İmparatorluğu'ndaki reformist tartışmalar, kadınları temelde eğitime muhtaç eşler ve anneler olarak gördüyse de, Cumhuriyet reformları vatansever vatandaşlar olarak gördü".[99] Eğitim kurumlarında, iş yaşamında ve toplumsal yaşamda ayrıcalıklı bir konuma sahip olan bu kadınlar, genç Cumhuriyet'in yöneticileri tarafından demokrasi sembolleri olarak algılanıyordu. Bu ayrıcalıklı kadınlar, elbette orta sınıf ya da üst orta sınıftan geliyordu ve bürokratların yakın akrabalarıydı.

Kemalist dönemin 'yeni kadın' imajı, Mustafa Kemal'in de teşvik ettiği bir sembol haline geldi. Kandiyoti'nin yazdığı gibi,

> *"Bunu kişisel olarak, eşi Latife Hanım'ı halk gezilerine dahil ederek, evlatlık kızlarıyla kurduğu ilişkilerle.. ve balo salonlarındaki danslardan resmi törenlere kadar, o dönem çekilmiş bir dizi fotoğrafın da tanıklık ettiği gibi kadınların görünürlüğünü daha geniş anlamda tasdikleyerek yapıyordu."*[100]

Mustafa Kemal, kadın-erkek eşitliğini Türkiye'nin Batılılaşma, laikleşme ve demokrasiye bağlılığının bir parçası olarak görüyordu. Kamusal alanlar bu değerler çerçevesinde yeniden organize edildi; çay salonları, akşam yemekleri, balolar ve sokaklar, hem erkekleri hem de kadınları toplumsallaştıracak kamusal alanlar olacak ve Avrupalı kadınla erkeğin karşı karşıya gelmesini sağlayacaktı. Modern laik yaşam tarzının doğuşuyla beraber, İslam dininin biçimlendirdiği toplumsal örgütlenme ve toplumsal cinsiyet rollerinden radikal bir kayış yaşandığı görülür. Cumhuriyet dönemi romanları hikayelerini ve karakterlerini bu yeni 'medeni' yaşam tarzını temel alarak oluşturur. Yakup Kadri Karaosmanoğlu'nun kadınların alçakgönüllü tavırlarıyla kamusal yaşama katılımını öngören ve laik bir kamusal yaşamı temsil eden romanları en iyi örneklerden biridir.

Kemalist modernleşme projelerinin kamusal alanda yaptığı toplumsal cinsiyete dayalı düzenlemeleri, Batı Avrupa tarihinden

---

[99] Sirman, 1989, s.9.

[100] Deniz Kandiyoti, 'End of Empire: Islam, Nationalism and Women in Turkey', içinde Women, Islam and the State, (der.) Deniz Kandiyoti, (Londra: Macmillan, 1991), s.22-47, (s.41).

kayda değer farklılıklar gösterir. Nilüfer Göle karşılaştırma yaparak şöyle der:

> *"Batı Avrupa tarihinde kamusal alan, başlangıçta kadınların (ve işçi sınıfının) dışarıda bırakıldığı, liberal-burjuvaziye ait bir alan olarak ortaya çıkmışken... Türkiye'nin modernleşme sürecinde kadınların görünürlüğü ve vatandaşlık hakları kamusal alanın varlığının zeminini oluşturdu... Müslümanlığın içerisinde gelişen modernleşmede kamusal alan liberal burjuva ideolojisinin değil otoriter devlet modernizminin sonucu olarak ortaya çıkar."*[101]

Göle'ye göre, modernleşme projelerindeki kamusal alanın bir taraftan kadın-erkek eşitliğini sağlamaya çalışan diğer taraftan otoriter doğası, modernizmin Türkiye'ye uyarlanmasının özgünlüğünü ortaya çıkarır. Günümüz Türkiye'sinde halen, toplumsal cinsiyet kimliği de dahil olmak üzere kimlik sorunları, modernist-Batılılaşma taraftarı elitlerle, onlara İslami bakış açısından meydan okuyanların oluşturduğu kamusal alanın parametreleri içerisinde tartışılır. Kadınların kamusal alandaki görünürlülüklerinin ve mahremiyetlerinin kontrolü, İslami politikaların kendilerini modernist liberal projelerden farklılaştırma çabalarında merkezi önem taşır.[102]

---

[101] Göle, 1997, s.63-4.

[102] İslam, karmaşık ve belli tarihsel ve politik koşullarla ilişkili olarak değişen bir kavramdır. Burada İslam, belli bir coğrafya ve zaman bağlamında, yani 20. yüzyıl ve bugün yaşadığımız Türkiye bağlamında kullanılıyor. İslam, Türkiye bağlamında dahi pek çok katman ve mezhepten oluşur. Ancak bu ayrıntılara girmek bu çalışmanın kapsamını aşar. Türkiye'de İslam dininin ayırt edici özelliği, Osmanlı'nın son dönemlerinde yaptığı reformlar ve daha da önemlisi Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla gerçekleşen reformlar yoluyla modernleşmiş olmasıdır. Daha ayrıntılı tartışma için bkz. Bernard Lewis, *The Emergence of Modern Turkey*, (ikinci baskı), New York: Oxford University Press, 1968. Dinde görülen modernleşme sürecine rağmen, günlük yaşamdaki İslami uygulamalar her zaman Türk devletinin sekülarist kurallarının karşısına yerleştirildi. Burada "İslami politika"dan kastedilen, İslamcı kesimin Türk devletinin sekülarist söylemiyle başa çıkmak için politik alandaki mücadelelerinde geliştirdikleri söylemdir. İslami söylem, Türkiye'nin yakın politik tarihinin her döneminde, bir politik parti tarafından kullanılmış ve temsil edilmiştir. Daha sonra da inceleneceği gibi, İslami söylem, 1980 ve 1990'ların politik bağlamında, Refah Partisi aracılığıyla sesini duyu-

Cumhuriyetçiler reformlar yoluyla demokratik ve laik bir devlet yaratma sürecinde, erkeklerin ve kadınların eşit olduğunu, ulusu oluştururken birlikte çalıştıkları için aralarında bir fark olmadığını açıkça vurguladı. Ancak, kadınların eğitimle ve çalışarak elde ettikleri kazanımlar, kadınların eş ya da annelik gibi 'doğal' rollerine ek olarak görüldü. Kadınlar özel alanda geleneksel aile içi rollerini korurken, kamusal alandaki egemen kadın imgesi, yeni kurulmuş Cumhuriyeti özgürleştirme mücadelesinde aktif rol üstlenen aseksüel ve çalışkan kadınlardan oluşuyordu.

Kadınların resmi olarak özgürleştirilmesi, Kandiyoti'nin ifade ettiği gibi, kadınları 'sembolik piyonlar'[103] olarak kullanan Kemalist modernleşme projesinin doğal bir parçası olarak görülebilir. 1937 genel seçimlerinde seçilen 18 kadın milletvekili, Cumhuriyet tarihinin en yüksek oranıyla Millet Meclisi'nin %4.5'ini oluştururken, kadınların özerk politik inisiyatifleri etkili bir şekilde engellenmeye çalışıldı.[104] Örneğin, reformların ruhuna uygun bir şekilde 1923'de bir *Kadın Partisi* kuruldu, ancak devlet tarafından onaylanmadı. Devlet, kadın inisiyatiflerine bir örgüt kurmalarını tavsiye etti. Bunun sonucunda *Kadın Partisi* adını değiştirdi ve *Türk Kadın Federasyonu* olarak adlandırıldı. Manifestosu biraz daha yumuşatıldı; temel amacı politikada eşit haklar elde etmekti. Batı'da başka ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de birinci feminist dalga hareketi, kadınların kamusal alana erişimi ve eşit haklar elde etmesi için mücadele verdi.

Hükümetin 1935 yılında reform sürecini tamamladığını duyurduğu sırada, İstanbul'da Uluslararası Feminist Kongre toplandı. Kongrenin önemli temalarından biri barıştı. Binnaz Toprak, savunma harcamalarının ulusal bütçedeki payının arttırıldığı bir dönemde, feministlerin silahsızlanma konusundaki ısrarlarını yanlış bir zamanda dile getirdiklerini ve bu nedenle de Federasyonun Ankara'dan gelen direktifler doğrultusunda kendi kendisini

---

rabilmiştir. Bu çalışmadaki 'İslami politika' tartışması bu bağlamda anlaşılmalıdır.

[103] Deniz Kandiyoti, 'Women and the Turkish State: Political Actors or Symbolic Pawns?', içinde Women-Nation-State, (der.) F. Anthias ve N. Yuval-Davis, (Basingstoke: Macmillan, 1989), s. 126-150, (s.145).

[104] Kandiyoti, 1991, s.41.

yok etmesiyle sonuçlandığına işaret eder.[105] Federasyonun lideri Latife Bekir, Federasyon'un kapatılmasıyla ilgili olarak halka yaptığı açıklamada, Türk kadınlarının anayasal güvenceyle birlikte tam eşitliğe ulaştığını, dolayısıyla Federasyon'un amaçlarını bütünüyle gerçekleştirdiğini ve artık böyle bir şeye ihtiyaç duyulmadığını öne sürdü.[106] Bunun sonucunda, Kandiyoti'nin de belirttiği gibi, "Cumhuriyet rejimi devlet-destekli "feminizm" için bir alan açtı, ancak aynı zamanda sınırlarını çizdi ve parametrelerini belirledi." (a.g.e.).

Sonuç olarak, bu dönemin politikaları, sivil hareket olarak gelişebilecek feminist hareketlerin gelişimini engelledi. 1980'lere kadar çok sayıda profesyonel kadın ve akademisyen, Kemalist reformlar sayesinde kadınların kamusal alanda eşit haklar elde ettiklerini ileri sürerek yeni bir kadın hareketine ihtiyaç olmadığına inandılar. Bu süreçte kurulan Türk Anneleri Derneği, Kadın Hakları Derneği, Üniversiteli Kadınlar Derneği, Kadın Hukukçular Derneği gibi bir kaç dernek, kadınların Cumhuriyet'in ilk yıllarında elde ettikleri hakları koruma amacını taşıyordu. Kemalist reformlardan yarar sağlayan bu kadınlara göre İslam, kadınların özgürlüğü için en büyük tehditti. Kendilerini Kemalist ideolojiyle tanımlayıp özdeşleştirdiler. En çok önem verilen konu sekülarizmdi; İslami grupların potansiyel ya da fiili tehdidini kadın özgürlüğünden daha önemli gördüler. Bu nedenle, bu kadın gruplarının çoğu kendilerini feminist ideolojiyle özdeşleştirmekten çekindi: bazıları kendilerini feminizm olarak algıladıkları düşüncenin içinde, bazıları da ona karşı konumlandırdı, tabii ki bu konumlandırma dönemin politik görüşleriyle ve uygulamalarıyla uyum içindeydi.

1980'lerde Yeni Kadın Kimliği Arayışı

1980'lerin başında gelişen yeni feminist hareket, bazı akademisyenler tarafından Kemalist reformlarla oluşturulan Batılılaşma sürecinin bir uzantısı olarak görüldü. Ancak, 1980'lerden beri devam eden feminist uygulamalar ve feminist düşünce üze-

[105] Binnaz Toprak, '1935 İstanbul Uluslararası "Feminizm Kongresi" ve "Barış"', *Düşün*, (Mart 1986), s. 24-9.
[106] Kandiyoti, 1991, s.42.

rine yapılan incelemeler, yeni feminist hareketin, Kemalist reformların yeterliliğini sorgulayarak bunun ötesine geçtiğini vurgular. Ulusalcı Kemalist ideoloji çerçevesinde tanımlanan kadın kimliği, feminist bakış açısından sorgulanmaya ve eleştirilmeye başlandı. Yeni feminist hareket Kemalist gelenekten farklı olarak, toplumu ve onun ataerkil kurumlarını yeniden yapılandıracak reformların yanı sıra radikal değişiklikleri de destekledi. Böylece yeni ve tanım gereği devlet-karşıtı bir ideoloji yavaş yavaş oluşmaya başladı.

Türkiye'de 'ikinci feminist dalga' olarak adlandırılan feminist hareketi anlamak için öncelikle 1980'lerdeki politik bağlamı incelemek gerekir. Türkiye 1980'de üçüncü askeri darbeyi yaşadı ve bu istikrarsız politik durum, kadınlara uygulanan baskıyla mücadele etmek için kadınlara, o dönemde tam anlamıyla politikadan arındırılmış olan kamusal alanı politize etme şansı verdi. Paradoksal bir biçimde, ordu iktidarı elinde tuttuğu üç yıl boyunca tüm politik eylemleri ve politik partileri yasaklayıp politik alanda yükselen sesleri askeri güce başvurarak sustururken, diğer taraftan bu süreçte yeni bir feminist hareket doğdu.

Üç sene süren askeri rejimin ardından yeni kurulan Özal'ın muhafazakâr partisi ANAP 1983 seçimlerini kazandı ve Türkiye 'Özal dönemi' diye adlandırılan yeni bir döneme girdi. Bu hükümetin uyguladığı liberal politikalar bizatihi Türk vatandaşı kimliğinin sorgulanması için bir alan açtı. 1980'ler sonrası döneme politik alana meşru katılım yollarını genişletme çabalarıyla toplumsal düzeni tanımlamak ve düzenlemek yönünde yeni girişimlerin olduğu bir dönem olarak bakılabilir.[107] Toplumun tüm kesimleri, yeni politik katılım biçimleri, yeni bireysellik ve kimlik arayışına girdi. 1980'lerin sonunda televizyon ve radyonun özelleştirilmesi, çeşitli gruplar için dinamik ve etkili bir kamusal tartışma alanı açtı. Kandiyoti'nin belirttiği gibi, "1980 askeri darbesinin ardından demokrasiye geçiş süreciyle birlikte düzenlenmeye başlanan yuvarlak masa toplantıları, paneller ve talk-showlar, aydınlar, politik aktörler ve vatandaşlar için kimlik, sekülarizm, etnisite ve demokrasi konularını tartışmak için önemli araçlar oldu".[108] Bu tartışma-

[107] Sirman, 1989, s.15.
[108] Göle, 1997, s.62.

lar aynı zamanda kadınların 'yeni' bir kadın kimliği arayışını da içerir. Böylece, Batı'daki gelişmelere paralel olarak, 1980'ler ve 1990'larda -dini, etnik, kültürel düzeyde ya da yerel hareketler biçiminde olsun- kimlik politikaları, Türkiye'nin politik arenasında önemli bir konuma sahip olma belirtileri gösterir.

1980'lerin başında, çoğu orta sınıf, sosyalist, eğitimli ve büyük şehirlerde yaşayan bir grup kadın, toplumda kadın olmaktan kaynaklanan sorunları sorgulamaya başladı. 20. yüzyıl boyunca kazanılan kadın hakları, devlet ideolojisi tarafından güvence altına alınmış gibi görünse de, kadınların erkek baskısına karşı seslerini yükseltmeye ve geleneksel kadın kimliğiyle toplumsal cinsiyet konumlarını sorgulamaya başladıkları yeni bir devlet-karşıtı feminist ideoloji yavaş yavaş temel kazanıyordu. 1980 öncesi 'kadın sorunu'nun önemli bir konu olarak ele alınmamasının temel nedeni, Tekeli'nin de belirttiği gibi, "devlet-karşıtı çevrelerde sol ideolojilerin egemen konumuna bağlanabilir."[109] Sevgi Uçan Çubukçu da benzer bir tespitte bulunur ve 1980 öncesi dönemde solcuların kadın konularını sınıf sorunlarıyla ilişkilendirdiğini, devrimle beraber bu sorunların da çözüleceğini varsaydıklarından onları gündemlerine almadıklarını belirtir.[110]

Yeni feminist harekete dahil olan kadınların çoğu sosyalistti. Bu hareketin erken dönemiyle ilgili olarak Tekeli şu yorumu yapar:

> *"Kadınlar, yalnız kimin hangi mekanizmalarca baskı altında tutulduğu konusunda değil, aynı zamanda (demokratik) örgütlenme biçimleri hakkında da ilk kez kadın bakış açısından düşünme eğilimi gösterdi ve Marksist kavramlardan silkinebildi. Türk toplumuna ataerkil ve cinsiyetçi kavramların nasıl nüfuz ettiğini ve gündelik özel yaşamın ataerkilliğin gerçek alanı olduğu 'gerçeği'ni yeni keşfettik."*[111]

---

[109] Şirin Tekeli, 'Emergence of the New Feminist Movements in Turkey', içinde *The New Women's Movements*, (der.) D. Dahlerup, (Beverly Hills: Sage 1986), s.179-199 (s.194-5).

[110] Sevgi Uçan Çubukçu, 'Post-1980 Women's Movement in Turkey: A Challenge to Patriarchy', içinde *The Position of Women in Turkey and in the European Union: Achievements, Problems, Prospects*, (der.) Fatmagül Berktay, (İstanbul: Ka.Der Yayınları, 2004), s. 59.

[111] Marianne Grünell and Anneke Voeten, 'State of the Art Feminism in Plural: Women's Studies in Turkey', *European Journal of Women's Studies*, Vol. 4, 1997: 219-233 (s.225).

Kendilerini feminist olarak tanımlayan kadınlar, feminizm kavramının erkek düşmanlığı ve lezbiyenlik gibi bazı olumsuz anlamlarla özdeşleştirildiği bir zamanda yeni feminist hareketin öncülüğünü yaptı. Bilinç-yükseltme grupları ve küçük tartışma gruplarının sayısı gittikçe arttı ve bazı gruplar yazılı yayın yoluyla feminist düşünceleri yayma ihtiyacını vurguladı. Bu yayın fikri 1983'de, *YAZKO Edebiyat*'ın *SOMUT* başlıklı sayfası ile hayata geçirildi. Bu sayfa çok uzun ömürlü olmadı ancak, aynı yıl bir grup kadın, yayın ve çeviri yapma imkânlarına da sahip olan *Kadın Çevresi*'ni kurdu. İlk iş olarak pek çok feminist klasiği Türkçe'ye çevrildi. *Kadın Çevresi* aynı zamanda kadınlara sağlık, yasal sorunlar, şiddet ve boşanma sorunlarında yardım edecek bir bilgi servisi olarak işlev gördü.

Bu öncü yayınlar, feministlerin Batı kökenli feminist tartışmaları takip etme arzusunu gösterir. Feminist yazın düzeyindeki bu etkileşim 1980'lerin ikinci yarısında iki feminist derginin yayınlanmasına yol açtı. Bu dönemde feminist tartışmaların dinamikleri bu dergiler etrafında oluştu. 1987'de yayın hayatına başlayan *Feminist* adlı derginin hedefleri başyazıda şu şekilde dile getirildi: "Bir süredir kadının sömürülüşünün nedenleri üzerine düşünüyoruz, ancak bu dergi bize, kadınları kişisel olarak etkileyen konular hakkında konuşma cesareti verdi. Bildiğiniz gibi, biz feministler, kişisel olanın politik olduğunu düşünüyoruz."[112] Böylece ikinci-dalga Batılı feminist hareketlerin meşhur sloganı 'kişisel olan politik'tir, Türkiye'de de feminist hareketin önemli bir sloganı olarak tanınmaya başlandı. Kısa bir süre sonra başka bir feminist dergi, *Sosyalist Feminist Kaktüs* yayın hayatına girdi. Başlığından da anlaşılacağı gibi, bu kadınlar, ideolojik farklılıklarını ortaya koyarak kendilerini feminist aktivistler olmanın yanı sıra sosyalist olarak tanımladı. Sosyalizmi ve feminizmi birbirini tamamlayan iki farklı mücadele biçimleri olarak görmelerine rağmen, feminist pratiklerle sosyalist kuram arasındaki bağlantılar üzerinde durdular.[113] Bu dergilerin yayınlanması ve 1980'lerin

[112] Yeşim Arat, 'Women's Movements of the 1980s in Turkey: Radical Outcome of Liberal Kemalism?', 1994, s.110.

[113] Feminist ve Sosyalist Feminist Kaktüs dergileri üzerine ayrıntılı bir çalışma için bkz. Sevgi Yöney, *Turkish Feminist Movement in the*

sonlarında Kemalist feminist söyleminin yeniden doğması sonucu farklı feminizmlerin varlığı daha görünür bir hal aldı. Batı'da ortaya çıkan üç temel feminist söylem, radikal, sosyalist ve liberal,[114] aynı zamanda 1980'lerin Türkiye'si bağlamında feminist mücadelenin üç temel söylemi haline geldi. 1980'lerin sonundan itibaren bunlara ek olarak İslami söylem de 'kadın sorunu' konusunda diğer söylemlerle aynı politik zemini paylaştı.

Bu feminist söylemler, ataerkiliğin sorunsallaştırılması ve günümüzde kadınların ikincil durumlarına ilişkin temel konularda son derece önemli farklılıklar gösterir. Radikal feministlerin İslamcı, Kemalist ve geleneksel sol ideolojilerden farklılaştığı önemli noktalardan biri, kadın olmanın ve kadın cinselliğinin kadın-erkek güç ilişkileri bağlamında sorgulanmasıdır. Kemalist reformlar kadınlara, özellikle eğitmen olarak, toplumsal roller bahşetti, ancak her şeyin üstünde tüm kadınlar gerçek doğalarının tanımı gereği bir anne ve bir eşti. Kadınların bu 'doğal' aile içi rolleri, vatandaşı oldukları ulus için yapmaları gereken bir görev olarak görüldü. Erkeklik ve kadınlığa ait olan her şey, ailenin reisi olan erkeğin iktidarı altındaki 'özel' alana giriyordu. Yeni Türk kadınının ulusunu özgürleştirme ve geliştirme mücadelesinde aktif bir rol oynamasına rağmen dönemin egemen kadın imgesi aseksüeldi. Bu kadın imgesi bazı araştırmacıları, milliyetçi ve İslamcı söylemlerin kadın cinselliğini tam anlamıyla kontrol altına aldığı ve tanımladığı sonucuna götürdü.[115] Sirman'ın belirttiği gibi, bu gerçek varoluşun tek olası biçimi olarak kadının do-

---

1980s: A Study on Two Feminist Journals: Kaktüs and Feminist. Yayınlanmamış Master tezi, Boğaziçi Üniversitesi, 1995.

[114] Türkiye'de liberal feminist kavramından kastedilen, kadınlarla erkeklerin eşit haklara sahip olmasını vurgulayan eşitlikçi Kemalist feministlerdir, ancak 1980'lerin ortalarından ve 1990'lardan itibaren 'eşitlikçi' feministler olarak gündeme getirdikleri konuların evrim geçirdiği görülür. Feminist hareketlerin, tarihsel ve kültürel olarak Türkiye bağlamına özgü olan bu aşaması daha sonra tekrar ele alınacaktır. İnsan haklarının temel ilkeleriyle ilgili evrensel değerleri içermelerine rağmen, Türkiye'de 1980'ler bağlamında eşitlikçi feminizm, Arat'ın da belirttiği gibi, Kemalist ideolojiyle, yani Kemalist milliyetçilik, popülizm ve sekülarizmle ilişkilidir. Yeşim Arat, 'A Feminist Mirror in Turkey: Portraits of Two Activists in the 1980's', *Interdisciplinary Journal of Middle Eastern Studies*, 1996, vol.5, s.113-32.

[115] Örneğin bkz., Kandiyoti, 1989, ve Nilüfer Göle, *Modern Mahrem: Medeniyet ve Örtünme*, (İstanbul: Metis, 1993).

ğasına bütünüyle boyun eğmesini gerektirir. Annelik, bu gerçek doğanın önemli bir parçasını oluşturur ve bu yüzden de kadının üretken doğası, cinselliğin tek amacı haline gelir.[116]

Bazı feminist araştırmacılar, Kemalist ideoloji ve bir ölçüde İslami ideoloji kadar geleneksel sol ideolojilerin kadınlar üzerinde kontrol ve denetim mekanizması kurduğunu öne sürer. Örneğin, solcular, kadınların 'burjuvalaşmaya' daha fazla eğilimi olduğunu düşünür ve kadınların kıyafetleri ve davranışları üzerinde sürekli yargıda bulunurlar.[117] Kadınların kamusal alandaki görüntüleri ve cinsellikleriyle başa çıkabilmek için solun erkek militanları *bacı* klişesini geliştiriler. Berktay'a göre,

> *bacı kelimesi, bir tür cinsiyetsizleştirilmiş ve kişiliğinden arındırılmış "kadın yoldaş"ı ifade ediyordu. 'İnsanlar benim gerçek aşkım, tüm kadınlar kızkardeşimdir' sloganıyla erkek militanlar, kadınların devrimci birlik ve dayanışma içersinde (kadın halleriyle) anlaşmazlık (İslam'da fitne) çıkarma potansiyeline karşı kendilerini korumaya çalıştılar. Bu kavramın kullanılışı, İslami ideolojiye inananların iç bütünlüğünü korumak amacıyla kişisel erotik aşkı dışlaması ve olumsuzlamasıyla büyük benzerlikler taşıyordu, ancak bugün olduğu gibi o zaman da kimse bu paralelliğe şaşırmışa benzemiyordu."*[118]

Radikal feministler, yukarıda tartışılan ideolojilerin doğallaştırdığı kadınlık kavramını sorguladı ve stereotip kadın kimliğine meydan okuyarak yapıbozuma uğrattı. Özcü-karşıtı argümanlar kadınların kültür içindeki temsillerini inceleyen çalışmalarda gittikçe daha etkili oldu. 1980'ler sonrası dönemde, roman, kadın dergileri ve film gibi popüler kültür metinlerinde ilk defa kadın bireyselliği ve cinselliği temsil edilmeye ve tartışılmaya başlandı. Örneğin, ünlü yönetmen Atıf Yılmaz, filmlerinin merkezine şehirli, modern, liberal kadın karakterleri oturttu. Dönemin kadın dergilerinin ilk örneklerinden biri olan *Kadınca*, kadınlığı, eş ve anne gibi geleneksel rollerin dışında tanımlamaya girişti. *Kadın-*

---

[116] Sirman, 1989, s.26.

[117] Fatmagül Berktay, 'Has Anything Changed in the Outlook of the Turkish Left on Women?' içinde *Women in Modern Turkish Society*, (der.) Şirin Tekeli, (Londra: Zed Books, 1995), s.250-62.

[118] Berktay, 1995, p.252.

ca, kadınları kendi duygularını, yeteneklerini ve cinselliklerini keşfetmeye teşvik eden bir söylem geliştirdi.

Bunların yanı sıra yüksek tiraj yapan gazateler de feminist hedeflere, değerlere ve argümanlara yer vererek feminist düşüncelerin toplumun çeşitli katmanlarına yayılmasında etkili oldu. 1980'lerin ikinci yarısından sonra basının, çok sık olmamakla beraber egemen erkek söyleminin dışında kalan kadın kimliklerine yer verdiği, klişeleşmiş erkek imgelerini ise parodileştirdiği görülür.[119] Saktanber, bu gelişmeye neden olan iki politik süreçten söz eder:

> *"İlki, 1980'lerden beri güç kazanmaya başlayan feminist hareketin aktivistlerinin görüşlerine zaman zaman yer verilmesi, diğeri ise 1980'lerde gelişen İslami hareketlere tepki olarak sol, sosyal demokrat ve bir ölçüde liberal sağın kadın temsilcilerine giderek daha fazla ilgi gösterilmesidir."*[120]

1980'lerden itibaren, İslami gruplar türbanlı kadınların okullara ve devlet memurluklarına kabul edilmelerini talep etmeye başlayınca, kadınlar İslamın yeniden canlandırılması tartışmalarının temel hedefi haline geldi. Sekülarizmi destekleyen basının kadın meseleleriyle ilgilenmeye başlaması, Türkiye'de kadınların konumunun tartışılabileceği yeni alanlar yarattı. Örneğin, o dönem Türkiye'de en yüksek tiraja sahip liberal-sağ bir gazete olan *Hürriyet* ve ülkenin en oturmuş merkez-sol olarak nitelenebilecek gazetesi *Cumhuriyet*, İslami hareketlere karşı net ve açık bir

---

[119] Ancak bu olumlu gelişme erkekler ve kadınlar arasında çatışmalara neden oldu ve medyanın çeşitli mecralarında toplumsal cinsiyet ilişkilerini tartışmaya açtı. Feminist hareketler yeni ve tuhaf maço edebiyatı ve imgelerini doğurdu ve yaygınlaştırdı. Önceden kendilerini maço olarak tanımlamayan bazı erkekler, maço kimliğini benimsemeye ve onu feminizme ilişkilendirerek tanımlamaya başladı. Feministlere karşı tepkileri oldukça sert ve agresifti. Yeni bir maço karakter tasviri özellikle karikatürlerde kendini gösterdi. Maço bir karakterin ironik temsiline Türk basınında hala sıkça rastlanır. Örneğin, *Radikal*'de düzenli olarak yayınlanan bir karikatürde, modası geçmiş, stereotip bir maço erkek ve kendine güvenen, bilinçli, 'özgür' bir kadın tasvir edilir. Kadınların nasıl değiştiği, erkeklerinse nasıl aynı kaldığı vurgulanır.

[120] Ayşe Saktanber, 'Women in the Media in Turkey: the Free, Available Women or the Good Wife and Selfless Mother' içinde *Women in Modern Turkish Society*, (der.) Şirin Tekeli, (Londra: Zed, 1995), s.152-69, (s.154).

duruş benimsedi. Ekim 1989'da *Cumhuriyet*, okurlarını 'kadın sorunu'na katkıda bulunmaya davet ederek bir tartışma sayfası açtı. Bu davet oldukça başarılı oldu, kadın konuları hakkında her gün en az bir mektup yayınlandı. 1989'da ikinci en yüksek tiraja sahip diğer bir liberal-sağ gazete, *Sabah*, 'Kaliteli Kadın Gazetesi' altbaşlığıyla, *Melodi* adlı bir ilave yayınlamaya başladı. Bütün bunların yanı sıra Saktanber, bu dönemde kadın konusunun bu kadar çok tartışılmasına neden olan başka bir etkenin, Türkiye'nin Sosyal Demokrat Halk Partisi'nin kadınlara tahsis ettiği %25'lik kota olduğunu ekler.[121]

Feminist politikaların daha geniş bir okuyucu kitlesine yayılmasında etkin olan basının çoğunlukla feminizme kendi tanımlarını eklediği ve bazen de feminizme önemsiz bir konu muamelesi yaptığı görülür. Batı medyasında olduğu gibi, Türkiye'de de feminist düşünceler çarpıtılarak stereotipik feminist imgeler yaratıldı. Örneğin, Ayşe Düzkan "karikatürlerdeki feminist imgelerin cinsel açıdan çekici, yarı çıplak ve kadınsı küpeler takan kişiler olarak yaratıldığı' yorumunu yapar ve ekler 'aslında feministler arasında ben hiç böyle kadınlar görmedim"[122] der.

Feminist Hareketlerin Kurumsallaşması

Feministler yaptıkları eylemler ve yayınlarla giderek daha fazla sayıda insana ulaşıyordu, bununla birlikte çalışmalarını toplu olarak yaymak amacıyla İstanbul ve Ankara gibi büyük şehirlerde kadın birlikleri kurmaya başladılar. 1986'da bu birliklerin ilk toplu eylemi, Türk hükümetinin de 1985'de resmi olarak imzaladığı uluslararası bir konvansiyon olan CEDAW'ın (Kadınlara Yönelik Her Türlü Ayrımcılığın Kaldırılması Konvansiyon'un) uygulanmasını talep eden bir imza kampanyasıydı. Sekiz yıl sonra yine CEDAW tarafından belirlenmiş koşulların uygulanmasını talep eden yüz bin imza Millet Meclisi'ne sunularak geniş çaplı başka bir kampanya yürütüldü. 1998'e kadar CEDAW'ın koşullarını yerine getirmek için Türk Medeni Kanunu'nu değiştirmeye yöne-

---

[121] Saktanber, 1995, s.167.

[122] '80'li Yıllarda Türkiye'de Feminizm: Ayşe Düzkan ve Meltem Ahıska ile söyleşi', *Defter Dergisi*, Sonbahar 1994, vol.7, No:21, s. 145-67, (s.163).

lik hiçbir süreç başlatılmadı. Feministlerin devlet kurumlarıyla diyalog kurma yönünde devam eden çabaları ve bu konular üzerindeki tartışmaları haber yapmakta medyanın üstlendiği rol, nihayetinde Türk Medeni Kanunu'ndaki kanunların, CEDAW'ın koşullarından bazılarını karşılayacak şekilde değiştirilmesini sağladı. Örneğin, evli kadınlar bundan sonra kocalarının soyadını almak zorunda kalmayacaklardı; önceden pasaport almak için eşlerinden izin belgesi getirmeleri gerekiyordu, bu da kadınların hareket etme özgürlüklerini kısıtlayan bir uygulamaydı. Kadınlara karşı ayrımcılık yapmak için zina kanunları kullanılıyordu ve bu sayede bir erkeğin karısının zina yaptığı iddiasına dayanarak boşanma işlemleri yürütmesi kolaylaşıyordu. 1998'de zina, kanunları geçici olarak bütünüyle kaldırıldı. Son yapılan yasal düzenlemeyle zina suç olmaktan çıkarıldı, kadın ve erkek eşit tutularak, her iki taraf için de bir kez yapılan zina boşanma sebebi olarak kabul edildi. Aile içinde eşitsizliğin devamını sağlayan önemli kanunlardan biri olan, kocanın otomatik olarak aile reisi olması ve çocukları ilgilendiren konuların yanı sıra ev seçimiyle ilgili son söz hakkını kocaya veren kanun 2002'de yürürlüğe giren Medeni Kanun'la değiştirildi, ancak uygulamada çeşitli sorunlar ve tartışmalar yaşanmaktadır. Bu konularda devam eden toplumsal tartışmalar, Türk erkeklerinin, özellikle de erkek politikacıların, aile reisliği konumundan vazgeçmekle bir şekilde erkekliklerine zarar geleceğini düşünerek, bu konuda çok hassas olduklarını gösteriyor.

Britanya'da olduğu gibi Türkiye'de de aile içi şiddet feminist politikalar açısından önceliğe sahip bir konu olmuştur. 1987'de kadın grupları birleşerek, aile içi şiddetle mücadele etmek için 'Dayağa Karşı Dayanışma' adlı bir kampanya başlattı. Bu kampanya, farklı bireyler ve kadın grupları arasında ortak bir hedef olarak görüldü. Kampanyayı organize eden kadınlar, pek çok kadının erkek akrabaları tarafından sistematik bir biçimde fiziksel tacize maruz kaldıklarını iddia etti. Kampanya kamunun ilgisini çekmekte başarıya ulaşmış olmasına rağmen, yakın zamana kadar konuyla ilgili hiç bir yasal değişiklik uygulamaya konulmadı. Eylül 1997'de, Refah Partisi'nin yerine gelen yeni hükümetin kadın bakanları, kadınları aile içi şiddetten korumak amacıyla yeni düzenlemeler hazırlayarak konuyu meclisin gündemine

taşıdı. Ancak, Refah Partisi'nin üyeleri bu düzenlemelere karşı çıkarak Meclis'in kanunları geçirmesini engelledi. Medya tarafından 'gerici' olarak tanımlanan Parti üyelerinin tavırları ve açıklamaları kamusal ve politik çevrelerde tartışmalara yol açtı. İslami kurallara göre kadın dövme kılavuzları, basında günlerce ayrıntılı olarak tartışıldı ve yayınlandı. Argümanları, sadece toplumsal cinsiyet rolleri konusunda İslami yaklaşımı temsil etmekle kalmıyor, aynı zamanda sekülarist hükümet ve İslami ideoloji arasında süregelen bir çatışmaya da işaret ediyordu.[123]

Aile içi şiddetle karşı karşıya kalan kadınlar için çözüm olarak Batı modelini uygun gören feministler, yerel otoritelerden ve politik partilerden dayak yiyen kadınlar için sığınma evleri açmalarını talep etti. Buna karşılık, iki belediye, Bakırköy ve Şişli belediyeleri kadınlara sığınma evleri açtı, diğer bazı belediyeler de onları takip etti. Ancak, hiç biri uzun süreli olmadı. Bu gelişme, bazı feministleri İstanbul'da *Mor Çatı* (1990) adı altında bağımsız sığınma evi açmaya götürdü. İlk dönemlerde sadece kadınlara yasal konularda ücretsiz tavsiyeler veren bir yerdi, daha sonra 1995'de, Türkiye'de ilk örneği teşkil eden bağımsız kadın sığınma evine dönüştü.[124] Bazı feministler kadın sığınma evi modelinin Türkiye'nin koşullarına uygun bir çözüm olmadığını savundu. Örneğin, *Pazartesi*'de yayınlanan bir makalesinde Ayşe Düzkan, Türkiye'ye uyarlanan bu Batılı feminist projenin kendine özgü yerel gelenekleri ve koşulları dikkate almadığı için başarısız olduğuna işaret eder. 1990'ların ortasında kurulan sığınma evleri en azından aile içi şiddeti politikanın gündemine taşımayı sağladı, ama bu model Türkiye'de yaşanan sorunlara kısa vadeli bir

---

[123] Refah Partisi, Aralık 1995'de bir koalisyon hükümetiyle iktidara geldi, ancak kısa bir süre sonra Türkiye Cumhuriyeti'nin sekülarist ideolojisine bir tehdit olarak görülmeye başlandı. Bunun sonucunda 1997'de Refah Partisi istifaya zorlandı ve bu hükümetin yerini muhafazakar ve sosyalistlerden oluşan bir koalisyon hükümeti aldı. Yeni hükümet, demokrasiyi 'korumak' için Refah'ın İslami ideolojisini sistematik bir biçimde yok etmeye çalıştı. Bu dönemde toplumsal cinsiyet konularında Refah ve hükümet arasında çıkan çatışmaların boyutları bu kendine özgü politik bağlam göz önüne alınarak daha iyi anlaşılabilir.

[124] *Mor Çatı*'nın kuruluşu hakkında daha ayrıntılı bilgi için bkz., Yeşim Arat, 'Purple Roof Women's Shelter Foundation: Democratic Aspirations in Institution Building', *Boğaziçi Journal: Review of Social, Economic and Administrative Studies*, Vol. 8, No: 1-2, 1984, s.121-135.

çözüm olmaktan öteye gidemedi. Düzkan'a göre bunun iki nedeni var: ilki, 1990'ların ortalarından sonra feministleri kolektif projelerde çalışmaktan alıkoyan feminist grupların örgütlenme konusundaki yetersizlikleri, ikincisiyse, Batılı ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de bir refah devletinin olmayışı bu çeşit toplumsal projelerin düzenli olarak desteklemesini zorlaştırdı.[125]

Bazı Batılı ülkelerin katı kurallarıyla karşılaştırıldığında, Türkiye'de kürtaj yasaldır ve bu yüzden önemli bir sorun teşkil etmez, yine de evli kadınların kürtaj yaptırabilmeleri için kocalarının onayı gerekir. Örneğin, geniş çaplı sokak gösterileri Britanya'daki Kadın Özgürlük Hareketi'nin önemli bir özelliği olmamasına rağmen,[126] eşit ücretin yanı sıra kürtaj konusu feministlerin Britanya'da büyük gösteriler düzenlemesine neden oldu. 1967 Kürtaj Yasası tüm feminist gruplar tarafından geniş destek gördü ve 1979'da Corrie Bill liberal kürtaj yasasını değiştirerek kürtaj olmayı daha da zorlaştırdığında, 40.000 kişi olayı protesto etmek için Londra'da yürüyüşe geçti.[127] Bu konu, Britanya'daki feminist politikanın gündeminde oldukça önemli bir yere sahiptir. Britanya'da bu tarz eylemler aynı zamanda cinsel özgürlüğü savunurken, cinsellik Türkiye'deki feministler için politikleştirilmesi zor bir konu olarak kaldı ve hâlâ da öyledir.

Diğer taraftan, erkeklerin kadın bedenini kontrol ve istismar etmesi hem Türkiye'deki feminist grupların hem de Batılı kız kardeşlerinin gündeminde önemli bir konudur. 1989'da, kadın bedeninin tüm kamusal istismarlarına son verilmesi amacıyla, 'Cinsel Tacize Hayır' kampanyası düzenlendi. Bu tür eylemler kamusal alanda ses getirdi ve böylelikle kadın hareketi yasal eşitsizlikleri protesto etmek için harekete geçti. Bu aşamada kadın hareketi, otoriteler ve kamu tarafından güçlü bir toplumsal hareket olarak tanınmaya başlandı. Feministlerin fırsat eşitliği talepleri ve eylemleri, kanunlarda kadınlar lehine bir takım değiş-

---

[125] Ayşe Düzkan, 'hareket, nereye?', *Pazartesi*, No: 49, April 1999, s.22.

[126] Susan Bassnett, bunun belki de Britanya'da yerleşik, geniş ölçekli gösteri geleneğinin olmamasından kaynaklandığı yorumunu yapar, ancak bunun bir nedeni de Britanya feminizminin bölgeselleşmesidir. Susan Bassnett, *Feminist Experiences: The Women's Movements in Four Countries*, (Londra: Allen & Unwin, 1986).

[127] Bassnett, 1986, s.156.

şikliklerin yapılmasına yol açtı. Örneğin, tecavüze uğrayan bir fahişe olunca, tecavüz vakalarının cezasını üçte iki oranında indiren Türk Ceza yasasının 438. maddesi 1990'da kaldırıldı. Medeni Kanunun, kadınları evin dışında çalışmak için kocalarından izin almaya zorlayan 159. maddesi de kaldırıldı.

Kadın hareketinin kişisel olanı politikleştirmedeki başarısı devlet kurumlarının yanı sıra toplum üzerinde de etkili oldu.[128] Kadın sorunları devlet politikasının bir parçası olarak kabul görmeye başladıktan sonra, Muhafazakâr hükümet tarafından 1990'da devlet bakanlığına bağlı 'Kadının Sorunları ve Statüsü Genel Müdürlüğü' kuruldu. Kurumun amaçları toplumsal, ekonomik, kültürel ve politik alanlarda toplumsal cinsiyet eşitsizliklerine son vermek biçiminde belirlendi.[129] Müdürlük, 1980'lerin sonlarından itibaren feminist hareketin gündeminde bulunan çeşitli konularla ilgilendi. Örneğin, dayak yiyen kadınlar için açılan sığınma evlerine finansal destek sağladı ve aile içi şiddeti incelemek için saha araştırması yürüttü. Ayrıca, ceza yasasında geleneksel ahlakın ve aile düzeninin korunduğu, ancak kadınların birey olarak tanınmadığı, erkekleri kadınlardan üstün gören belli başlı kanunları eleştirdi. Böylelikle, Müdürlük cinsel taciz ve tecavüz konularını da gündemine dahil etmiş oldu. Feminist protestoların yanı sıra artık devlet kurumlarının içerisinden de eleştirel sesler yükselmeye başladı ve suçun belirlenmesinde mağdurların bekaretinin değil, tecavüz eyleminin kendisinin baz alınması gerektiği öne sürüldü. Eleştirilen önemli diğer bir konu da, çoğunlukla ülkenin doğusunda ve büyük şehirlerdeki kız

---

[128] Kadınlara yönelik projeler 1980'lerin ortasında Özal döneminde resmi yönetim tarafından geliştirilmeye başlandı. 'Türk Kadınının Statüsünün Yükseltilmesi Vakfı' ismiyle kurulan organizasyon, yalnızca Kadından Sorumlu Bakanlık olarak görev yapmadı, aynı zamanda Anavatan Partisi'nin promosyon aracı oldu. Bu organizasyonun lideri olan Başbakan'ın eşi, kayda değer kaynakları vakfa çekmeye çalışarak, imam nikahlı kadınların evliliklerini yasallaştırma kampanyası, köylü kadınlara doğum kontrol yöntemleri ve sağlık görevlileri götürme kampanyası gibi temel aktiviteler düzenledi. Pek çok feminist, vakıf projesinin Kemalistlerin oluşturduğu devlet feminizminin ilkeleriyle aynı çizgide olduğu yorumunda bulundu.

[129] Bu açıklama Birleşmiş Milletler'in 1997'deki yıllık toplantısında sunulan Ülke Raporu'ndan alınmış olup daha sonra Kadın Sorunları ve Statüsü Genel Müdürlüğü tarafından basılmıştır.

öğrenci yurtlarında yapılan bekaret testleriydi. Bu gibi konular, kadın cinselliğinin ciddi bir şekilde devlet tarafından düzenlendiğinin açık bir kanıtıdır.

Burada vurgulanması gereken önemli nokta, kadın hareketi yalnızca otoriter devletin ataerkil kurumlarına karşı çıkmakla kalmayıp, aynı zamanda devletin kurumlarını da etkileyerek, politik düzeyde kadın sorunlarını meşrulaştıran ve devletin ataerkil ideolojisiyle içeriden savaşan bir kurumun oluşturulmasında etkili oldu. Müdürlük kadın konularının politik platformda ve uygulamalardaki takipçisi olma görevini yürüttü. Örneğin, sorumluluklarından biri, Türkiye'yi uluslararası konferanslarda temsil etmek ve hükümetin imzaladığı anlaşmaların Türkiye'de uygulamaya konup konmadığını takip etmektir. Bunların en önemlisi CEDAW anlaşmasıdır. Birleşmiş Milletler'e sunulan 1997 raporu, Müdürlük tarafından bazı akademisyenler ve STK'ları işbirliği ile hazırlandı. Bu kolektif çalışma, feminist akademisyenlerin ve kadın sivil toplum örgütlerinin fırsat ve toplumsal cinsiyet eşitliği konularında toplumun demokratikleşmesine katkıda bulunmalarında, devlet kanallarının erişimine olanak sağlamıştır. Bu nedenle Müdürlük, diğer devlet kurumları ve kadın STK'lar arasında aracı olarak önemli bir rol oynar. Feminist ideolojiyle devam eden etkileşimleri ve feminist araştırmaların gelecekteki devlet politikalarını biçimlendirmede etkili olma ihtimali göz önünde bulundurulduğunda, Türkiye bağlamında böyle bir devlet kurumunun oluşturulması kadının toplumdaki konumunun iyileştirilmesi açısından olumlu değerlendirilebilir.

Kadın hareketinin buraya kadar özetlenen eylemleri ve kurumları, pek çok grup tarafından Türkiye'nin politik ortamında kadınların konumunun dile getirildiği yeni bir biçim olarak görüldü. Britanya örneğinde olduğu gibi, feminist hareketin kurumsallaşması bir anlamda feminist eylemleri azaltmış olabilir, ancak çeşitli politik platformlarda feminizmin etkisini artırmıştır. 1970'li yıllardan beri feminist değerlerin düzenli olarak medya aracılığıyla yayılması sonucu, feminist politikaların Britanya'da bir sağduyu meselesi olarak görüldüğü daha önce belirtilmişti. Medya, toplumun paylaşılan ortak bir kültür temelinde işlediği düşüncesinden hareket eder: "Tüm üyeleri olmasa bile, çoğunluk belli normlar, değerler ve fikirler konusunda hemfikirdir ve kabul

edilebilir davranış biçimleri konusunda mutabıktır."[130] Bu açıdan bakıldığında, toplumsal sağduyu olarak feminist politikalar, mümkün olanla imkânsız olan, doğal olanla olmayan, yapılması ya da tartışılması meşru olanla olmayan arasındaki sınırları oluşturan varsayımlara işaret eder. Ancak, Türkiye'de feminist değerlerin, en azından Britanya ölçeğinde, sağduyu haline geldiğini iddia etmek için henüz erken sayılır.

Türkiye'de feminizme karşı gösterilen toplumsal tepki (backlash), Türkiye'deki feminist çevrelerde henüz, Batı'da yaşanıldığı ölçüde, bir sorun haline gelmemiştir. Buna rağmen, Türkiye bağlamında tepkinin başladığını gösteren bazı olaylar gözlemlenebilir. Türkiye'nin ağırlıklı olarak Müslüman bir ülke olduğu gerçeği göz önüne alındığında, Tansu Çiller'in Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk kadın Başbakanı olarak seçilmesine tepkiler başlangıçta beklenilenin aksine olumluydu. Şüphesiz ki, Tansu Çiller'in konumu her zaman olumsuz tepkilerle karşılaşma riski de taşıyordu. Geraldine Brooks'un belirttiği gibi, Çiller'in kadın olmasından duyulan hoşnutsuzluk işaretleri, 1993'de bir konferansta delegelerin, eski Başbakan Mesut Yılmaz için 'Mesut koltuğa, Çiller mutfağa' diye bağırmaya başlamalarıyla su yüzüne çıktı.[131] 20. yüzyılda kadınların hem kamusal alanda hem de özel alanda kazandıkları haklara rağmen, mutfak, Türkiye'de olduğu gibi, pek çok toplumsal farklılıkların bulunduğu Batı kültürlerinde de hâlâ kadınların 'gerçek' yeri olarak değerlendiriliyor.[132]

Türkiye'de feminist hareket diğer alanların yanı sıra akademik çalışmalar kapsamında da kurumsallaştı. İlk 'Kadın Araştırma ve Eğitim Merkezi' 1989'da İstanbul Üniversitesi'nde yüksek lisans programı olarak kuruldu. 1990'larda Ortadoğu Teknik Üniversitesi'nde bir yüksek lisans programı daha kuruldu. Bu öncü merkezlerden sonra ülkenin farklı yerlerinde kadın araştırma merkezleri kuruldu ancak bunlar herhangi bir üniversite derecesi vermiyor.

---

[130] Rosamund Billington, Sheelagh Strawbridge, Lenore Greensides ve Annette Fitzsimons, *Culture and Society*, (Londra: Macmillan, 1991), s.161-2.

[131] Geraldine Brooks, *Nine Parts of Desire: The Hidden World of Islamic Women*, (Londra: Penguin, 1996), s.185.

[132] Britanya'dan örnek vermek gerekirse, Ekim 1997'de İşçi Partisi kadın milletvekilleri meclis oturumlarında erkek Muhafazakar Parti milletvekillerinin kendilerine 'mutfağa' diye haykırmalarından şikayet etmişti.

Araştırmacılar için son derece önemli bir kurum, Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi, yerel otoritelerin desteğiyle İstanbul'da 1990'da kuruldu. Kütüphane, kadınların kültürel aktiviteleri, sözlü tarih çalışmaları, yerel ya da uluslararası konferanslar ve seminerleri bünyesinde toplayan bir merkez haline geldi. Yukarıda belirtilen feminist kurumların farklı amaçları olmasına rağmen bu kurumlar içerisinde mücadelelerini sürdüren feministler, kadınlara yönelik 'baskı' konusunu önemli bir toplumsal sorun olarak gündemde tutmayı ve entelektüel ve politik tartışmaların bir parçası haline getirmeyi başarmışlardır.

İkinci dalga Batılı feminist söylemlerin erken döneminde olduğu gibi, Türkiye'deki hareketin ilk dönemlerinde, feminist gruplar paylaşılan ortak bir baskının olduğu varsayımı etrafında birleşmişlerdi. Bu varsayım, orta-sınıf, yüksek tahsilli, şehirli, sekülarist ve çoğunlukla sosyalist kökenli olup belli bir kimliğe sahip olan kadınlar için geçerliydi. İslami ve Kürt gibi diğer feminist söylemlerin doğuşuyla beraber, bu feministler kadına uygulanan baskının bütüncül bir fenomen olduğu anlayışına meydan okumaya başladılar. Kadınlar arasındaki farklılık tartışmaları, feminist düşüncenin yanı sıra etnisite ve dinle bağlantılı olarak, toplumun farklı kesimlerinin gündeme getirdiği kimlik politikalarıyla paralellik gösterir. Feminist söylemlerin çeşitlenmesi ve kimlik sorunu aşağıdaki bölümlerde ayrıntılı olarak tartışılacaktır.

Feminist militanlığın 1990'larda 'aktivistliğe' dönüşmesi ve 1990'ların 'kurumsallaşma dönemi' oluşu, hareketin kendi dinamikleri kadar, Türkiye'nin genel politik atmosferi ile de ilgilidir. Bora ve Günal'ın belirttiği gibi, "90'lar, toplumsal muhalefetin gerilediği ve sokakların boşaldığı, politik gündemin muhalifler tarafından belirlenemediği bir dönemdi."[133] Bunun yanı sıra, 1980'ler ve 90'lardaki feminist hareketleri biçimlendiren, iç tartışmalara ve bölünmelere neden olan en önemli unsurlardan biri kuşak çatışmasıdır.

[133] Aksu Bora ve Asena Günal, *90'larda Türkiye'de Feminizm*, İstanbul: İletişim, 2002, s.8.

Kuşak Çatışması: Eşitlikçi (Kemalist) Feministlere Karşı 'Yeni' Feminist Kuşak

Türkiye'deki feminist düşüncenin gelişimini oluşturan ve yukarıda ele alınan konular, farklı grupları ortak hareket etmek için bir araya getirmesine rağmen, bu grupların esas argümanlarının altında yatan motivasyonlar farklı olduğu için çeşitli söylemler gelişti. Temel ayrımın 1980'lerin başlarında yeni kadın hareketini başlatan ve kendilerine feminist diyen genç kuşakla, kendilerine Kemalist feminist (ya da eşitlikçi feminist) demeyi tercih eden ve harekete 1980'lerin sonlarında dahil olan daha yaşlı kuşak arasında olduğu görülür. Türkiye'deki çağdaş kadın hareketini feministlerin talepleriyle Kemalist geleneğin birlikte oluşturduğunu söylemek gerekir. Britanya'daki son dönem feminist tartışmaların bir kısmının da daha yaşlı ve daha genç feminist kuşaklar arasındaki farklılıklar etrafında döndüğünü görmüştük. Ancak, kuşak çatışması Türkiye'deki feminist çevrelerde Britanya'dakinden farklı bir şekilde cereyan eder, çünkü buradaki tartışmalar Türkiye'nin kültürüne özgü tarihsel ve politik bağlamın sonuçlarıdır.

Cumhuriyet'in ilk yıllarında uygulamaya konan reformlar modern Türkiye'yi oluşturmayı hedefliyordu, ama bazı araştırmacılara göre, Kemalistlerin batılılaşmış bir Türkiye vizyonunu dile getirirken benimsedikleri sekülarist politikaları ne liberal ne de demokratikti.[134] 1980'lerin politik bağlamında, Özal hükümetinin liberal politikaları uygulamaya koymasıyla beraber Kemalizm tabu olmaktan çıkmaya başladı ve politik ve ekonomik çevrelerde kendilerini İkinci Cumhuriyetçiler olarak tanımlayan bir grup ortaya çıktı. Bu gelişme aynı zamanda, Kemalistlerin kadınlarla ilgili reformlarının feminist eleştirisini de kapsadı.[135] Yeşim Arat, "1980'lerdeki kadın hareketinin, kadının statüsü ile ilgili Kemalist reformlara bilinçli bir meydan okumayı içerdiğini"[136] öne sürer.

---

[134] Örneğin Mete Tunçay'ın bu konuyu tartıştığı kitabı *Türkiye Cumhuriyeti'nde Tek Parti Yönetiminin Kurulması, 1923-1931*, (Ankara: Yurt Yayınları, 1981).

[135] Örnek için bkz. Şirin Tekeli'nin *Women in Modern Turkish Society* (1995) isimli kitapta, Kemalist reformların eleştirel bir değerlendirmesini yaptığı önsöz.

[136] Arat, 1994, s.101.

Dolayısıyla yeni kuşak feministler, Kemalist reformların yetersizliğini sorgulayarak, bu reformların kadınlara ne eşitlik ne de özgürlük getirdiğini iddia ederler. Yukarıda tartışıldığı gibi, bazı kanunların 1990'da kaldırılmasına rağmen, hukuki açıdan kadınlar, erkeklerle eşit değildi ve daha önemlisi kadınların özel alanda yaşadıkları baskılar görmezden gelindi. Kemalist projeyi sorgulamak *radikal* bir hareket olarak algılandı, çünkü feministler kadın sorunlarıyla mücadele etmenin bakış açısını tamamen değiştirdi. Kadınlara uygulanan baskının temel nedeninin, Kemalist reformlarla devam ettirilen ataerkil toplum yapısı olduğuna inandılar. Kandiyoti'nin bir makalesinin başlığını kullanacak olursak, kadınların "kurtuluşunun sağlandığına ancak özgürleşemediklerine"[137] inanılıyordu. Bunun farkına varan feministler, ataerkil kurumların radikal bir şekilde yeniden yapılandırılması gerektiğini vurguladı. Genç kuşak feministlerin radikal değişime yaptığı vurgu, kaçınılmaz olarak onları, Kemalist feministler olarak tanımlanan daha eski kuşaktan farklılaştırdı.

İkinci dalga feminist hareketin gösterdiği gibi Türkiye'nin politik gelişimi bağlamında feminist hareketler önemli bir rol oynadı. Yine de pek çok feminist, radikal feministlerin Kemalistlere meydan okuma çabalarının, toplumu dramatik bir biçimde yeniden yapılandırarak öngördükleri toplumu gerçekleştirmekte başarısız olduğuna inanır. Aksine, Arat'ın iddia ettiği gibi, "Kemalist reformların belirlediği bir Türkiye'de, feminist mücadele daha liberal, demokratik ve seküler bir idare şeklini yeniden tanımlamaya"[138] yardım etmiştir. Yeni feminist hareketin gerçekten de, kadınların çıkarlarını temsil ettiği ve bireysel ihtiyaçlarını talep etmeleri için kadın gruplarını harekete geçirdiği görülür. Liberalizm, bireyselliğin ideolojisi olduğundan devletten bağımsız olarak güçlü olan bireylere itibar edilir ve bu bağlamda Arat, "feministlerin Türkiye'de liberalizmi teşvik ettiğini"[139] iddia eder. Nitekim genç kuşak feministler, toplumu arzuladıkları ölçüde radikal

[137] Kandiyoti bu makalesinde, Kemalist ideolojinin kadınların özgürlüğüne getirdiği kısıtlamalar konusunda yorum yapar. Deniz Kandiyoti, 'Emancipated but Unliberated? Reflections on the Turkish Case', *Feminist Studies*, Vol. 3, No. 2, Yaz, s.317-38.

[138] Arat, 1994, s.102.

[139] Arat, 1994, s.105.

bir biçimde dönüştürmeyi başaramamış olabilirler, ancak grupların sivil toplum içinde bir araya gelmeleri ve güçlerini birleştirerek liberal bir toplumun kurulmasına katkıda bulunmaları önemli bir başarı olarak görülebilir. Bazı feministler, liberal bireyselliği, toplumun ataerkil doğasını değiştirmek için eşitlik ve dayanışmanın yanı sıra temel koşullarından biri olarak değerlendirir.

Feministlerin sivil hak ve özgürlükleri kısıtlayan devlete yönelttikleri protestolar demokratikleşme süreci için önemli bir katkıdır. Dayağa Karşı Kampanya bu sürece iyi örnektir: Mayıs 1987'de farklı gruplardan feministler, bir kadının kocası tarafından dövüldükten sonra düşük yaptığı bir davada, boşanmak için koca dayağını yeterli bir neden olarak görmeyen mahkeme kararını protesto etmek için bir yürüyüş düzenlendi. Hâkim, kararı açıklarken bir atasözüne gönderme yaparak "kadının sırtından sopayı, karnından çocuğu eksik etmeyeceksin" demişti ki bu söz feministler için kabul edilemezdi. Kampanyanın ikinci aşamasında, kocalarından dayak yemiş yirmi üç kadının ilk elden tanıklıklarından oluşan *Bağır Herkes Duysun* (1988) adlı bir kitap yayınlandı.[140] Bu kampanya, kadınlara yönelik şiddet hakkında konuşma tabusunun yıkılmasına, daha da önemlisi, kadınların ilk kez sadece kendileri ve bedenleriyle ilgili bir talebi dile getirmelerine yardım etti. Yeni feminist hareketin bu tür eğilimleri liberalizmi teşvik etmeye katkıda bulundu ve Türkiye'de demokrasiyi, dolayısıyla da sekülarizmi yerleştirmeye yaradı.

Kemalist feministlerden farklı olarak genç kuşak, kadınların özgürleştirilmesini devletten beklemek yerine, sivil toplumu harekete geçirip güç kazanmayı amaçladı. Böylelikle Cumhuriyet tarihinde kadınlar ilk kez özerk bir yapı olarak hareket etmiş ve otoriter devlete karşı çıkmış oldu. Partiler ve sendikalar da politik alana taşınan bu yeni feminist hareketten nasiplerini aldı. Hareket, politik partilerden bağımsız olma eğilimi göstermesine rağmen, partiler kadın kolları kurmaya ve kadınların taleplerini politik arenada dile getirmek için uzlaşmaya başladı. Feminist mücadelenin kadınların toplumsal ve politik haklarını savunma ve genişletme çabaları, erkek egemen politik kurumları ve uygula-

[140] Şahika Yüksel, 'A Comparision of Violent and Non-violent Families', içinde *Women in Modern Turkish Society*, (der.) Şirin Tekeli, (Londra: Zed, 1995), s. 275-287, (s.281).

maları dönüştürebilmenin kapılarının kadınlara da açılmasının bir fırsatı olarak görüldü.

Politik partilerle olan bu etkileşim, Meclis'te daha fazla kadının yer alarak Türkiye'nin politika sahnesinde kadınların sesini artırmak için feministlerin daha sistemli bir şekilde çalışması gerektiğini ortaya koydu. Ancak, feministler 1990'ların ikinci yarısına kadar etkili bir toplu eylem düzenlemekte başarılı olamadı. 1997'de bir grup feminist, kadınların meclisteki temsilini arttırmak amacıyla KA.DER (Kadın Adayları Destekleme ve Eğitme Derneği) adlı bir dernek kurdu. KA.DER'in kurulması, bazı erkek politikacılar, işadamları ve uluslararası kurumlar da dahil olmak üzere toplumun pek çok kesimi tarafından olumlu karşılandı. KA.DER'in kampanya, seminer ve atölye çalışmaları popüler medyada sık sık yer almaya başladı. Bu seminerlerin ikisi, 1980'de Britanya'da kadın milletvekili sayısını artırmak için "Grup 300'ü kuran Lesley Abdela tarafından yönetildi; 1997 ve 1998'de düzenlenen bu seminerlerin sponsorluğunu Britanya Konsolosluğu ve Britanya Dışişleri Bakanlığı yaptı. Britanyalı kadınlarla Türkiyeli kadınların deneyimlerini paylaşabildikleri bir platform olan bu seminerler KA.DER üyelerinin burada yaptıkları çalışmalara önemli bir referans oluşturdu".[141]

Britanya deneyiminin ayırd edici özelliklerinden biri, feminist hareketler ve işçi hareketi arasında süregelen etkileşimdir.[142] 1980'deki Muhafazakâr Parti'nin iktidarı döneminde feminist politik eylemler üç temel alan üzerine yoğunlaşmıştı: işçi hareketinin politikalarına müdahale etme, yerel kadın komiteleri biçiminde bir dizi feminist 'kurumun' geliştirilmesi ve bir dizi uzun vadeli kampanyalar.[143] 1997'deki seçimlerde İşçi Partisi iktidara geldiğinde kadın milletvekili sayısının 121'e yükselmesi, kısmen bu feminist politikanın uygulanmasına bağlıydı. Başarılı seçim sonuçlarının ardında yatan şüphesiz başka etkenler de vardı.

---

[141] Önemli projeleri hayata geçiren KA.DER'in çalışmalarıyla ilgili ayrıntılı bilgi için bkz., KA.DER'in bir yayını olan *The Position of Women in Turkey and in the European Union Achievements, Problems, Prospects*. 2004.

[142] Ayrıntılı bir tartışma için bkz. Joni Lovenduski ve Vicky Randall, Contemporary Feminist Politics, (Oxford: Oxford University Press, 1993), s.137-59.

[143] Lovenduski ve Randall, 1993, s.136.

Örneğin, bağımsız bir organ olan ve Britanya hükümetine kadın konularında danışmanlık yapan Ulusal Kadın Komisyonu, 1997 genel seçimlerinden önce toplumsal cinsiyet eşitliği için bir eylem planı ve beraberinde politikaları biçimleyecek 10 döküman hazırladı. Amaç, aile içi şiddet, yoksulluk, çocuk bakımı, istihdam gibi konularda her partiye tavırlarını belirtmeleri için baskı yapmaktı. Partiler bunu ciddiye aldılar ve bazı çekincelerle birlikte bu dokümanları kabul ettiler. Bu çalışma Britanya'daki kadın örgütlerinde ilerici bir hamle olarak görüldü. İşçi Partisi'nin başlattığı diğer bir olumlu uygulama ise, bazı kazanılabilir seçim bölgelerinde, meclise daha fazla sayıda kadın girmesini garantileyebilmek için sadece kadınlardan oluşan kısa listeler hazırlamalarıydı. Bu uygulama, meclise fazladan 35 kadın milletvekili soktu, ancak bazıları bu yöntemin yasadışı olduğunu iddia etti. Cinsel Ayrımcılık Yasası uyarınca ayrımcılık olduğu iddiasıyla, dava Fırsat Eşitliği Komisyonu'na götürüldü. Komisyon sürecin yasadışı olduğunu açıkladı; Komisyon'un kararından hemen önce kısa listelerle seçilen kadınlar tekrar seçimlere girdiler, ancak bu yöntem bir daha hiç kullanılmadı. 'Pozitif ayrımcılık' Türkiye'de kabül gören bir uygulama değil, ama KA.DER tüm partilere kadın milletvekili sayısını artırmak için kota koymaları konusunda baskı yapmaya çalışıyor.

Yeni feminist hareketin özelliklerini göz önüne alarak, Tekeli, bu hareketin Türkiye'de belki de ilk özgün demokratik hareket örneği olduğunu söyler. Sekülarizmi destekleme sorumluluğu da dahil olmak üzere daha demokratik bir toplumu amaçlayan feministler, sadece devletin ataerkil değerleriyle mücadele etmekle kalmayıp, bu mücadelede İslami ideolojiyle aynı politik alanı paylaşmak ve İslami kadın hareketleriyle etkileşimde bulunmak durumunda da kaldılar.

İslami Kadın Hareketinin Feminist Söylemlerle Çatışması

1980'lerin ortasından beri, küresel düzeyde gelişen ekonomik, politik değişiklikler ve devam eden modernleşme süreci Türkiye'nin çağdaş politik ortamını şekillendirdi. Bu sürecin önemli sonuçlarından biri, 1920'lerde Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşuyla beraber devlet tarafından empoze edilmeye çalışılan 'ulusal kimlik' anlayışına tehdit oluşturdukları için bilinçli olarak

özel alana ait konular kapsamında tutulan dini ve etnik kimliklerin kamusal alanda görünür hale gelmesi oldu. Böylelikle kamusal alan 1980'lerde, cumhuriyetçi projenin kamusal alana dair milliyetçi, sekülarist ve homojenleştirici ilkelerini tehdit eden sivil toplum hareketlerinin mücadele alanı haline geldi. Önceden de belirtildiği gibi, politik ortam bir ölçüde askeri rejim (1980-83) ve onu takip eden Özal hükümeti tarafından destekleniyordu. Bu özgün dönem, günümüz Türkiye'sinde eğitimle desteklenen İslami köktendinciliğin doğuşundan sorumlu olarak görülebilir: 1982 Anayasası, yeni devlet ideolojisi olan Türk-İslam sentezini geliştirme çabalarının bir parçası olarak ilkokul ve ortaokullarda din eğitimini zorunlu hale getirdi. Bu ideolojinin, geleneklerin İslam dininin gücüyle birleşiminden oluşan güçlü bir pan-Türkizme dayandığı öne sürülür.[144]

1980'lerin başından itibaren kamusal alan, alternatif ideolojiler ve kurumların temsil edilmesiyle dönüştürüldü ve genişletildi, ki bunlardan biri 'politikleştirilmiş İslam'dır. 1980'ler rejiminin politik yaşamı sağ-sol ekseninin ötesinde yeniden konumlandırma çabaları, İslami grupların gelişmesine yeni bir hız ve yeni bir konum kazandırdı.[145] İslami eğilimli parti Refah, 1980 askeri darbesiyle yaratılan politik boşluktan yararlanarak durumu kendisi için avantajlı bir konuma çevirdi. Askeri darbenin hemen ardından Refah Partisi medya, eğitim gibi güç kaynaklarını kullanarak kamusal alanı belli ölçüde genişletip politik alanda güçlü bir konum elde etti. İslami gruplar sivil toplum örgütlerinin (STK'lar) önemini diğer pek çok gruptan çok daha önce fark ettiler ve bu alandaki boşlukları vakıflar, okullar, camiler vs. kurarak doldurmak için örgütlendiler. Bunun yanı sıra, kendi aralarında iş ortaklıkları oluşturmaya ve kendi medya şirketlerini kurmaya başladılar. Böylelikle, politik alanda gösterilen çaba sayesinde İslami hareket, yeni toplumsallık modellerinin üretilmesi, yayılması ve sağlamlaştırılmasında öncü rol oynayabilecek kendi orta-sınıf toplumsal aktörlerinin yanı sıra kendi aydınlar sınıfını da yarattı. Yavaş yavaş, büyük şehirlerdeki yerel yöne-

[144] Nermin Abadan-Unat & Oya Tokgöz, 1994, s.711.

[145] Daha ayrıntılı bir tartışma için bkz. Nilüfer Göle, 1991; İlkay Sunar ve Binnaz Toprak, 'Islam in Politics: The Case of Turkey', *Government and Opposition*, (No: 18, 1983), s.421-441.

timler gibi, politik kurumları işletmek için yeterli güç kazandı ve sonunda Aralık 1995'de sağ-kanat seküler partilere alternatif oluşturdu.[146]

Politik alanda görülen bu İslami hareketliliğin iki özelliği var: ilki, toplumsal ve politik yaşama katılım dinamiklerinin ardında yatan İslam'ın politikleşmesidir. Günümüz Türkiye'si bağlamında İslam, Nilüfer Göle'nin de iddia ettiği gibi, "modernleşme karşıtı olarak görülmedi, modern toplumun sorunlarıyla başa çıkacak bir araç haline geldi."[147] İkincisi, İslam ideolojisi etrafında bir araya gelen kişiler tekil, birleşmiş ya da statik değildir. Aksine, İslami ideoloji hegemonik güç mücadelesinde kendini farklı biçimlerde yeniden üretir.

İslamcı kadınlar,[148] dinin özel alandan kamusal alana dönüştürülmesiyle gelişen İslamın politikleştirilmesi sürecinde önemli rol oynadı. Feride Acar, İslamcı kadınların sosyolojik profilini, Kemalist reformların uzağında kalmış, ataerkil, muhafazakâr, alt orta-sınıf kültürü içinde yetişmiş, köyden ve kasabadan şehre

---

[146] İki sağ-kanat seküler parti, Refah ile bir koalisyon hükümeti kurmak istemedi ve bu da ülkeyi Aralık 1995'de yeni bir seçime götürdü. Necmettin Erbakan'ın Refah Partisi, az bir çoğunlukla da olsa seçimlerden en çok oyu alan parti oldu. Sağ-kanat Doğru Yol Partisi'nin lideri ve Türkiye'nin ilk kadın başbakanı Tansu Çiller, seçimde verdiği sözlerden dönerek İslami eğilimli partiyle bir koalisyon hükümeti kurmaya karar verdi. Bu anlaşmadan sonra Türkiye ilk İslami eğilimli başbakanla yönetildi.

[147] Göle, 1993, s.138.

[148] Saktanber, günümüz Türkiye'si bağlamında bazı kişilerin kimliklerini İslami temel anlatılardan doğan inanışlarla tanımladıklarına işaret eder. Bu kişiler zaman zaman, "şuursuz" ya da "sahte" Müslümanlar bulunduğunu ima ederek, kendi Müslüman kimliklerini farklılaştırma çabasıyla şuurlu Müslüman kelimesini kullanırlar. Diğer insanlar, kendilerini kültürel olarak Müslüman ve/ya inançlı hissetseler de kendilerini öncelikli olarak Müslüman değil, örneğin Türk ya da Türkiye vatandaşı olarak tanımlamayı tercih eder ve "benlik anlatı(lar)ını" şekillendirmekte milliyetçilik, hümanizm, demokratik liberalizm, tarihsel materyalizm, feminizm vb. gibi farklı etiksel anlatılara öncelik verirler. "İslamcı" kelimesini çoğunlukla kendi kimlikleri hakkında bir farkındalık geliştirmekten ziyade, hayali farklılıklar ambarı içinde onları "öteki" olarak algılayanlardan bahsetmek için kullanırlar. Ayşe Saktanber, 'Becoming the "Other" as a Muslim in Turkey: Turkish Women vs. Islamist Women', New Perspectives on Turkey, 1994, 11, s.99-134, (s.100). Burada 'İslamcı kadınlar' kelimesinin kullanımı bu bağlamda anlaşılmalıdır.

göç etmiş kişiler olarak tanımlar.[149] Refah Partisi için bu kadınları idare etmek çok kolaydı ve Parti de onları seçim kampanyalarında bir araç olarak kullanmakta tereddüt etmedi. Örneğin Parti, İslamcı kadınların seçim propagandası kampanyalarında aktif rol almalarını destekledi, ancak seçimler bittikten sonra bu kadınların evlerine ve geleneksel rollerine geri dönmelerini istedi.

İslami hareketin çok sayıda kadını harekete geçirdiğini görmek seküler feministler için hayalkırıklığı yarattı. İslamcı kadın öğrencilerin ilk protesto gösterileri üniversitelerde başörtüsünün yasaklanmasına son vermeyi amaçladı.[150] Bu da İslamcı kadınların kamusal alanda var olma mücadelelerini Cumhuriyet'in modernleşme ideolojisinin temel dayanağı olarak görülen kurumlara yoğunlaştırdığını gösterir. 'Türban Hareketi' gittikçe militan Müslüman politikanın bir sorunu haline geldi. Burada kadın bedeni, Foucault'nun ifade ettiği gibi, 'olayların kayıtlı yüzü'[151] olarak

---

[149] Feride Acar, 'Women and Islam in Turkey' içinde Women in Modern Turkish Society, (der.) Şirin Tekeli (Londra: Zed, 1995), s.46-66.

[150] 1980'lere kadar üniversite öğrencileri arasında hiç başörtülü kadın yoktu. Ancak İslami hareket içinde radikal köktendinciliğin ortaya çıkmasıyla beraber 1980'lerde üniversite kampüslerinde artık azımsanmayacak sayıda başörtülü öğrenci görünmeye başladı. Buna tepki olarak YÖK türbanı yasaklamak için harekete geçti. Bkz., Binnaz Toprak, 'Women and Fundamentalism: The Case of Turkey', içinde Identity Politics and Women, (der.) Valentine M. Moghadom, (Colorado & Oxford: Westview, 1994), s.293-306 (s.301). Türban konusu Türkiye'de halen kamusal ve politik tartışmalarda önemli bir yer işgal eder, laik devlet ve İslamcılar arasında büyük çatışma yaratmaya devam eder. 1997'de Refah Partisi iktidarını kaybettiğinde, ordu da dahil olmak üzere devlet kurumları tüm 'köktendincileri' devlet kurumlarından temizleyebilmek için bir kampanya başlattı. Bu politik yapı içinde, hükümet ve devlet kurumları İslami hareketlere karşı daha hassas hale geldiler. Devlet, 1998'de tekrar türbanın tüm eğitim alanlarında ve devlet kurumlarında yasaklandığını açıkladı. 'Türban sorunu'nu ele almak için çok sayıda operasyon yapıldı. Örneğin, 1998'de akademik yıl başlamadan hemen önce, Milli Eğitim Bakanlığı, 112 türbanlı öğretmeni diğer okullara kaydırdı. Aynı nedenle Ankara'da ve İstanbul'da stajyer öğretmenler görevden alındı. AK Parti'nin 2003 yılında iktidara gelmesinden bu yana, türban konusu neredeyse her gün kamusal tartışmaların gündemini doldurmaya devam ediyor.

[151] Michel Foucault, 'Nietzsche, Geneology, History' içinde *Language, Counter-Memory, Practice: Selected Essays and Interviews Michel Foucault*, (der.) D. F. Bouchard, (çeviri) D.F. Bouchard ve S. Simon, Ithaca: Cornell University Press, 1977, s.148.

kimlik mücadelesinin içine yerleştirildi. Üniversiteye ve çeşitli kamusal alanlara girme özgürlüğü yönündeki talepler kısa sürede örgütlü oturma eylemlerine ve gösterilere dönüştü. Türban Hareketi, kamusal alanda İslam'ın varlığını meşrulaştırmakla kalmadı, kadın erkek ilişkilerinin, kamusal alan ve gündelik pratiklerin, politikanın İslamileşmesinin en bariz göstergesi haline geldi.

Saktanber'in belirttiği gibi 'türban', "sadece günümüz Türkiye'sinde Müslüman kadın kimliğinin değil, aynı zamanda İslami politik hareketin daha geniş parametrelerinin"[152] incelenmesi için bir araç olarak görüldü. Bu da, toplumsal cinsiyet odaklı mekânsal ayrımlar ve uygulamaların modernizm ile İslami ideoloji arasında bir mücadele alanı olmaya devam ettiğini gösterir. İslami ve modernist ideolojileri kadınlar açısından değerlendiren Göle şu yorumu yapar:

> *"İster modernist ister İslamcı olsun, her iki tarafın kadın imgesi kadın kimliklerini, -gerek bireysel gerekse de kolektif bilinçle ilişkilendirerek- bu ideolojilerin popülist doğasının mütevazı (modesty) değerlerine tabii kılar. Ancak ideal kadın imgesinde "modern ama mütevazı" olmaktan, "İslami olduğu için mütevazı" olmaya doğru bir kayış vardır. İslami kurallara göre örtünme, Müslüman kadının kendisiyle ilgili yaptığı yeni tanım içindeki mütevazı olmanın ve dindarlığın açıkça beyanını ifade eder."*[153]

Bu alıntıda belirtildiği gibi, çağdaş İslam'ın kimlik politikaları, toplumsal cinsiyet politikasını laiklerle İslamcıların zıtlaştığı kamusal tartışmaların temel dayanağı haline getirir. Oysa İslamcı kadın kimliğini Türk kadını için öngörülen kimliğin zıddıymış gibi görmek yerine, her iki kimliğin de kamusal alanda var olma çabalarını, alternatif söylemlerle yan yana getirerek egemen söylem ve ideolojilerle başa çıkmanın yolu olarak görmek gerekir.

İslamcı kadınların laik devletin kurallarına gösterdikleri direnç, onları özgürlük, demokrasi ve insan haklarını savunma, dolayısıyla da devlet otoritesini sorgulama konumuna getirdi. İslami kimliklerinden vazgeçmeden kamusal alanda yer almayı

---

[152] Saktanber, 1994, s.102.
[153] Göle, 1997, s.69.

talep eden bu kadınlar, kendi gruplarındaki erkekler tarafından tanımlanmış rollerin ötesine geçtiler ve yeni oluşturulan kamusal alandaki yerlerini yeniden tanımlama girişiminde bulundular. Moghadam'ın da gözlemlediği gibi, Türban hareketi ve kadınların bu harekete katılımı İslamcı davayı radikalleştirmede bir araç oldu.[154]

İslami hareket içinde kadınların yeriyle ilgili sorular kendi içlerinde farklı söylemlerin ortaya çıkmasını sağladı ve İslami hareketi 'Gelenekseller' ve 'Radikaller' olmak üzere iki gruba böldü. Türban Hareketi içinde yer alan kadınlar İslam'ın dışa açık yüzü olarak görüldü ve radikal İslam'ın temsilcileri haline geldiler. Ancak, isyankâr tavırları sadece İslam'ın temsiliyetinde değişim yaratmakla kalmadı, daha önemlisi söylemlerini, İslam adına, yani mücadeleleri çok sayıda hegemonik güç ilişkileri içerisinde şekillenmiş İslamcı erkekler adına konuşmaktan, kendi adlarına, yani kendileri hakkında konuşmaya kaydırdılar. Diğer bir deyişle, bilinçli olarak kendilerini temsil etmeyi ve İslam, ataerkillik ve Türk devleti hakkındaki duygularını ve endişelerini ifade etmeyi seçtiler.[155] Söylemlerinin 'esas' İslami söylemle ne ölçüde örtüştüğü Türkiye'de hâlâ tartışılan bir konudur. Ancak, ataerkil ve kapitalist sistemleri incelemek için 'feministler' ve 'Kemalist kadınlar'dan farklı sorular sorar gibi görünmelerine rağmen, deneyimleri, zaman zaman farklı sınıf ya da etnik gruplara mensup, farklı ideolojik ya da kültürel altyapıya sahip kadınlarınkiyle paralellik gösterir. Yine de, İslamcı kadınların mücadelesi diğer kadınların mücadelesinden çok daha karmaşık konuları içerir.

---

[154] Valentine M. Moghadam, Modernizing Women: Gender and Social Change in the Middle East, (Londra: Lynne Bienner Pub., 1993), s. 161.

[155] 1987'de bir grup kadın *Zaman* gazetesinde yazmaya başladı. Erkek iş arkadaşlarının toplumsal cinsiyet ilişkileri hakkındaki düşünce ve fikirlerini sorgulama girişiminde bulunduklarında 'feminist' olmakla suçlandılar. Erkeklerden sürekli eleştiri aldılar ancak her defasında feminist olmadıklarını ifade ettiler. Çünkü bu İslamcı kadınlara göre, sekülarist ve Batılı bir yaklaşımı destekleyen feminist söylemler, kendilerini özdeşleştirebilecekleri İslamcı söylemden çok farklıydı. Ancak, bizatihi kendi deneyimleri gösterdi ki, yazdıkları yazılar, onları kendileri hakkında konuşmaya muktedir hale getirdi. İslamcı kadınların bu deneyimi 1980'lerin başında, sosyalist bir altyapıya sahip olan feministlerin deneyimiyle benzerlik gösterir. O yıllarda *Aydınlık* ve *Somut* gibi bazı sosyalist dergiler kadın sorunlarına bir sayfa ayırdı ve bu da sosyalist feminist kadınların fikirlerini tartışmalarına ve yaymalarına olanak sağladı.

Kadın olarak hem ataerkil (İslamcı ve laik devlet) hem de dinsel kimlikleri, örneğin kıyafetleri, yüzünden laik devlet tarafından baskı altında tutuldukları söylenebilir.

İslamcı kadınların yazınları ve karşıt söylemlerle olan etkileşimleri, onları kamusal alanda daha görünür hale getirdi. 1990'lardan beri bazı yayın organlarında, daha da önemlisi kendi kadın dergilerinde yazıyorlar. Bu dergilerin editörlerinin ve yazarlarının çoğunluğunu kadınlar oluşturuyor. Kadınların bu iş deneyimi, şüphesiz, geleneksel İslami aile değerlerinin sınırları içinde kalmak yerine, alternatif yaşam tarzları seçebilmeleri için bir olanak sağlıyor. Bu dergiler, 1980'lerin ve 1990'ların İslami söylemlerini temsil ettiği gibi, aynı zamanda kendi içlerindeki farklılıkları da yansıtır. "Türkiye'de Kadınlar ve İslam" adlı makalesinde Feride Acar, *Kadın ve Aile*, *Bizim Aile* ve *Mektup* adlı üç İslami kadın dergisinin içeriğini inceleyerek İslamın kadınlar için neden bu denli güçlü bir çekiciliğe sahip olduğunu anlamaya çalışır. "Bu dergilerde, kadının eş, anne ve yuva kurucu (yani özel alandaki) rolünün diğer tüm rollerin üstünde vurgulandığı"[156] sonucuna varır Acar. Ancak, aynı zamanda, dergilerin her birinin bu özel alandaki rollerin belli yönlerine eleştirel baktığını da gözlemler.

İslamcı kadın dergilerinin bazıları bugün hâlâ varlıklarını sürdürüyor ancak öncesinden çok daha çeşitli söylemler sunma eğilimindeler. Özellikle de 'radikal İslamcı kadınlar' olarak adlandırılan kadınların söylemlerinde belirgin bir değişim söz konusudur. 1995'de *Kadın Kimliği* adında bir kadın dergisi kurdular. Başlığından da anlaşılabileceği gibi, bu kadınlar kadın kimliğini İslam, diğer kadınlar ve devlet ilişkileri bağlamında sorgulamaya başladılar. Diğer İslamcı yayınların da zaman zaman 'kadın kimliği' konusuyla ilgilenmelerine rağmen, *Kadın Kimliği*, kadınlara ve İslam'a yaklaşımında, diğerlerinden oldukça farklıdır. İlk sayıda, editör amaçlarını şu şekilde belirtir: "Kadın kimliğini entelektüel bir düzeyde tartışmayı ve İslami kurallara göre tanımlanmış kadın kimliğini yeniden yorumlamayı amaçlıyoruz. Sadece ev hanımlarına hitap etmeyen entelektüel bir dergiyiz."[157] Bu be-

[156] Acar, 1995, s.49.
[157] *Kadın Kimliği*, Başyazı, Mart, 1995.

yan, hem ulusal düzeyde hem de kendi çevreleri içinde seslerini duyurmak için çabalayan çok sayıda 'entelektüel' İslamcı kadın olduğu gerçeğinin altını çizer.

"Türkiye'de Alternatif Kurumlar/Gruplar ve İslamcı Kadın Kimliği"[158] başlıklı makalesinde, Sevda A. Kural, *Kadın Kimliği* dergisini, diğer İslamcı kadın dergilerinin bazı özel sayılarını ve konuyla ilgili bazı kitapların içeriğini inceler. Bu incelemesinden sonra Kural, İslami çevrelerin gündeminde yer alan kadın konularını şu şekilde sıralar: Batı dünyasında kadın/kadınlık ve kadın cinselliğinin anlamı, kapitalist sistemde kadın cinselliğinin istismarı ve kadının metalaştırılması, İslam'da kadının yeri, Hz. Muhammed ve eşinin aile hayatı, İslam'da kadınların seçme ve seçilme hakkı, aile hayatında ve kamusal alanda kadınların rolleri/görevleri, 'türban' takma biçimleri ve kuralları. Yeni radikal İslam tamamen modernleşme karşıtıdır ve modernleşme sürecinde kadınların kimliklerini kaybederek kapitalizmin biçimlendirdiği metalar haline geldiğini öne sürer.[159] Bu görüş, kadınlara tüketici olarak yaklaşan ve tüketimin tadını çıkarmaya teşvik eden Batılı postfeminizme karşıt bir iddia gibi görünür. Daha sonra dergi analizlerinde de ele alınacağı gibi, medya tarafından tekrar tekrar üretilen postfeminist söylemler feminizm kavramını yalnızca bir gösterge (sign) konumuna indirger ve onu herhangi bir görüntü veya tarz şeklinde nesneleştirir. Bu da, 1990'larda 'kadınsılığın' ve 'feminizm'in, 'doğru' şeyleri tüketerek ulaşılabilen bir kimlik olduğu fikrini akla getirir.

Kural, aynı zamanda bazı kadın dergilerinin politikleştirilen İslam'ı ele aldıklarını, Türkiye'deki kadın hareketlerinin yanı sıra diğer İslam ülkelerindeki kadın örgütleri, konferansları ve çeşitli faaliyetler hakkında da bilgi sunduklarını gözlemler. Kendilerini feminist olarak tanımlayan kadınlara karşı kullandıkları dilin daha ziyade alaycı ve tartışmalı olduğuna dikkat çeker. İslamcı kadın yazarların çoğunluğunun, feminizmi gerçek Müslüman kadına hiçbir şey sunamayan, Batılılaşmanın ürünü olan bir düşünce

---

[158] Sevda Alankuş Kural, 'Alternatif Kurumlar/Gruplar ve İslamcı Kadın Kimliği', *Toplum ve Bilim*, (Güz 1997), No:72, s.5-44.

[159] Çağdaşlaşmaya karşı İslamcı tepkinin ayrıntılı incelemesi için bkz., Y. Çetinkaya, 'Modernizm ve Müslüman Kadın', *Kitap* Dergisi, No.27 (Mayıs 1989), s.16-20.

akımı biçiminde algılama eğilimlerine rağmen, bazıları, 'seksist' ve 'ataerkil' gibi kavramların da dahil olduğu feminist terminolojiyi kullanmaktan kaçınmazlar. Kadınları baskı altında tutan ve ikinci plana atan etkenin İslam değil 'gelenek' (gelenekten kastettikleri modern-kapitalist yapıların oluşturduğu geleneksel ataerkil sistem) olduğunu iddia ederler. Yine de, İslamcı kadınların İslamı bu şekilde kavramsallaştırması onları, İslamcı erkek yazarları ve entelektüelleri kadının toplumdaki konumunu güçlendirmeye yönelik yeterli ilgiyi göstermedikleri için eleştirmekten alıkoymaz.

Yukarıda sözü edilen araştırmacılar bu dergilerdeki kadınların güncel İslami söylemlerle ilişki kurma ve müzakere etme yollarını anlamak için İslamcı kadınların yayınlarını incelerken, Arat gibi bazı akademisyenler feminizm ve İslam arasındaki ilişkiye yoğunlaşır ve şunu öne sürer: "Kadınlar kamusal alanda daha aktif rol almaya teşvik ediliyor ve bireysel haklar kavramıyla tanıştırılıyor. Bu açılma süreci, kadınların sahiplendiği İslami ideolojinin sınırlarını sorgulamalarına yardım edebilir".[160] Aslında bazı İslamcı kadınlar, bu süreci İslami kuralların ataerkil yapısını, daha da önemlisi seküler devleti sorgulamak için kullandı. İslamcı kadın hareketinin çabaları İslami ideolojiyi, kadınları özgürleştirmek gibi ortak bir amacı hedefleyen, ama çoğu zaman çatışan radikal ve Kemalist feministlerle birlikte Türkiye'nin politik sahnesinde bir araya getirdi.

1990'lar Türkiye'si bağlamında İslamcı kadınların, feministler ve devletle kurduğu diyalog demokratikleşme sürecine doğru atılan bir adım olarak görülebilir. Kadın-erkek eşitliği konusundaki temel ayrılıklara rağmen genç kuşak feministler, İslami kadın hareketini ilerici bir hareket olarak görme eğilimindeydi, çünkü söylemleri feminist söylemlerle kesişen İslamcı kadınlar, İslam'ın toplumsal cinsiyet ayrımcılığı yapan söylemini sorgulamaya başladı. Ancak, İslamcı kadınların kadın konusuna özcü yaklaşımları ve toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümü hakkındaki görüşleri feministler tarafından kesinlikle reddedilir.

---

[160] Yeşim Arat, 'Feminism and Islam: Considerations on the Journal of *Kadın ve Aile*' içinde *Women in Modern Turkish Society* (1995), s. 66-78 (s.77).

İslamcı ve feminist söylemlerin kendilerini devletin yapısı ve batı kapitalizmin sınırları dışında konumlandırmaları açısından düşünüldüğünde,[161] mücadelelerinde aynı politik alanı paylaştıkları görülür. Bu iki grubun çalışmaları her zaman birbirinin karşıtı olmadı. Aksine bazı küçük kadın grupları İslamcı kadınlarla etkileşime dahi girmiştir. Bu karşılıklı ilişkinin sonucunda, bazı feministler türbana karşı kampanyaları desteklememişlerdir. Üstelik Tekeli, bir yandan İslami köktendinciliği engellemeye çalışırken diğer yandan hoşgörülü ve çoğulcu bir toplumun inşasına engel olabileceği için radikal sekülarizmin meşruiyeti konusunda şüphecidir.[162] Bazı feministler İslamcı kadınların vermiş olduğu mücadeleye saygı gösterir. Örneğin, bir makalesinde Tekeli, türbanlı kadınlara seslenir ve onların da kendi ateizmine saygı gösterip göstermeyeceklerini sorar: "Düşüncelerinizi ve inançlarınızı paylaşmamama rağmen, diğer insanların sizin hakkınızdaki düşüncelerinde haksız olduklarını ikna etmeye çalışıyorum. Türbanınıza saygı duyuyorum ve onu çıkarmanız yönünde baskı yapanları kınıyorum. Ya siz? Siz de beni olduğum gibi kabul ediyor musunuz?"[163] Tekeli'nin bu tutumu, Türkiye'de çok sayıda feministin, kadınlar arasındaki çeşitliliği kabullendiği ve kadınların bireysel tercihlerine saygı gösterdiği gerçeğini vurgular. Ancak, daha sonra da belirtileceği gibi, feminist kuram içinde toplumsal cinsiyet temelli öznelliklerin ve kimliklerin inşasını sorunsallaştırma yolunda bir çaba gösterilmemiştir. Türkiye'de feminist eleştiri temel olarak kadınların toplumsal yapılar ve sistemler tarafından nasıl ezildiğine yoğunlaşmıştır.

1990'larda Feminizm: Çoğulculuk ve Özgünlük Arayışı

Radikal ve Kemalist feministlerle beraber İslamcı kadınların da mücadelesi, Türkiye'de kadın konularını içeren politik alanın rekabetçi yapısının göstergesidir. Yukarıda da belirtildiği gibi, bu

---

[161] Modern Türk Toplumunda Kadın (1995) isimli kitaba yazdığı önsözde Şirin Tekeli, kadınların politikaya ilgisizliğinin ardında yatan nedenleri tartışır ve buna cinsiyetler arasındaki iş bölümüyle şekillenen kapitalist üretim sisteminin yol açtığını söyler.

[162] Şirin Tekeli, 'Europe, European Feminism and Women in Turkey' Women's Studies International Forum, 1992, 15(1): 139-143 (s.141).

[163] Şirin Tekeli, *Kadınlar İçin*, (İstanbul: Alan Yayıncılık, 1988), s.381.

söylemler arasında hem ayrılıklar hem de ortak noktalar vardır. Sekülarizme öncelikli önem veren Kemalist kadınlar, İslami kadınların taleplerini, Türkiye'de İslami bir devlet kurmayı amaçlayan daha geniş bir politik stratejinin parçası olarak görüp eleştirirken, feminist düşünceler ve tepkiler de Müslüman kadınlar tarafından eleştirildi. Örneğin, Ankaralı bir grup Müslüman kadın feminist gruplara tepki göstererek onları, kadın özgürlüğü mücadelesini tekellerine almaya çalıştıkları ve Türkiye'de kadınların yüzde doksanının Müslüman olduğu gerçeğini gözardı ederek dışlayıcı, tekil, Batılı bir feminist kimlik tanımladıkları için eleştirdi.[164] Sosyalist feministlerin bu tartışmalara yaklaşımı farklılık gösterir. Yine de İslamcı kadınlar gibi onların da bazıları, örneğin aile içi şiddetle mücadele etmek için Batılı feministlerin geliştirdikleri kadın sığınma evleri fikrini herhangi bir eleştiriye tabi tutmadan uygulanmasını sorguladı. Bu tartışmalar bazı feministleri özgün bir ulusal feminizm düşüncesine, Türkiye'deki kadınlara has özellikleri kapsayacak özgün bir dil ve politika arayışına götürdü.

Hiyerarşik olmayan bağımsız örgütlenme biçimleri, bilinç yükseltme grupları ve kampanya biçimleri, Batılı feminist hareketlerin Türkiye'deki feminist hareketlerin oluşumunda etkili olduğunu gösterir. Sirman, Türkiye'de ve Batı'daki feminizmler arasında kadın bedeninin kullanımının sorgulanması, kadın bedenine yönelik şiddetin vurgulanması ve kadın bekareti sorununun gündeme getirilmesi gibi bir takım benzerliklere işaret eder. İlk bölümde de de tartışıldığı gibi, Türkiye'de feministler kişisel olanın politik yapısı üzerinde ısrarla durdular ve bu ısrar onları, Türk kültüründe ailenin yapısını ve kadınların ikincil plana atılmasıyla olan ilişkisini değerlendirmeye götürdü.[165]

Bazı feministler, Türkiye'de yaşanan bu tek-yönlü kültürel etkinin bir sonucu olarak, feminist politikaların Türkiye'deki kadınların kendilerine özgü bazı yönlerini dikkate almakta yetersiz kaldıklarını öne sürer. Ayşe Düzkan 1997'de yazdığı bir yazısında bu soruna işaret ederek, "kişisel olanı politikleştirmeye çalışırken bu kültüre özgü belli etkenleri göz önüne almalıyız"[166] der. Ger-

[164] Aysel Kurter vd., '"Kadınlara Rağmen Kadınlar İçin" Tavrına Bir Eleştiri', Kaktüs, no.4 (Eylül 1988), s. 25-27.
[165] Sirman, 1989, s.20-1.
[166] Ayşe Düzkan, 'özgün feminizm', *Pazartesi*, No: 30 (Eylül 1997), s.4.

çekten de Türkiye'deki kültürel yapıyı farklı kılan pek çok faktör vardır. Örneğin, Türkiye'yi Batı kültürden ayıran en önemli unsur sahip olduğu İslami gelenektir. İslami kurallar kadınla erkeği yalnızca kamusal alanda değil özel alanda da birbirinden ayrı tutar. Düzkan'a göre, Batılı kızkardeşlerinden farklı olarak buradaki feministlerin erkeklerden ayrı sosyalleşebilecekleri bir kadınlar kafesi ya da kadınlar sineması gibi oluşumlara ihtiyacı yoktur. Diğer bir etken ise, Batı'da erkek ve kadınların atomize bireyler olarak tanınması, Türkiye'de ise bekaret ve zina gibi kadınların özel sorunlarının devlet meselesi olarak görülmesi, daha da önemlisi kadınlara uygulanan baskının devlet kontrolü yoluyla devam ettirilmesidir.

Feminist politikaların dikkate alması gereken Türkiye'ye özgü başka etkenler de vardır. Türkiye, gelişmekte olan bir ülke olarak büyük tezatlıklar içerir. Örneğin, kadın nüfusunun okumayazma bilmeme oranı oldukça yüksek (%31) olan Türkiye, aynı zamanda dünyadaki en yüksek kadın akademik personel yüzdesine (%32) sahip ülkedir.[167] Rakamlar arasındaki bu çelişki farklı bölgesel koşulların, daha da önemlisi kadınların ücretli istihdamını da önemli biçimde etkileyen Cumhuriyet döneminden beri aktif olan devlet politikalarının (İslami ve Kemalist ideolojiler ve geç kapitalizm arasındaki çatışmanın) bir sonucudur. Nüfusun neredeyse yarısı, kadın emeğinin –çoğunlukla tarım alanında– yeterince ücretlendirilmediği ve çoğu zaman hiç ücretlendirilmediği kırsal kesimlerde yaşar. Sadece kırsal kesimlerde yaşayan kadınların değil, şehirli kadınların da ücretli bir işte çalışma şansları düşüktür. İşte bu nedenlerle, Türkiye'deki kadınların belli koşulları ve sorunları Batılı kadınlardan kaydadeğer ölçüde farklılık gösterir. Britanyalı feministler yarı zamanlı iş ve kadın emeğinin sömürülmesi gibi konuları gündeme getirirken, Türkiye'de feministler, Düzkan'a göre, kadın emeğinin kapitalistlerce sömürülmesinden ziyade kadınların ücretli işe girme taleplerini ele alacak ve çözümler geliştirecek politikalar üretmelidir.[168] Ulusal

[167] Bu konu Feride Acar tarafından ayrıntılı olarak incelenmiştir. 'Women in Academic Science Careers in Turkey' içinde Women in Science: Token Women or Gender Equality?, (der.) V. Stolte-Heiskanen vd. (New York: Berg, 1991).

[168] Düzkan, 1997, s.4.

düzeyde dağıtılan tek feminist yayın olan *Pazartesi*'nin amaçları hakkında konuşurken Düzkan, profesyonel, popüler ve yerel, olmak istediklerini belirterek, "kendi gündemimizi yaratmaya ve kadın sorunları hakkında kadın bakış açısından yazmaya çalışıyoruz"[169] der.

Feminizmin siyaset sahnesinde Kürt kadınların görünmeye başlamasıyla birlikte, Türkiye'de feminizmin özgünlüğü tartışmalarına yeni bir boyut eklendi. Önceden de vurgulandığı gibi, 1990'larda yalnızca kadın sorunları değil, aynı zamanda etnik grupların sorunları da politik partiler ve devletin gündeminde yer almaya başladı. Bu politik ortam Kürt kadın hareketinin doğuşunun koşullarını hazırlamış oldu. Kürt kadın hareketi, 1980'lerin kadın hareketi tarafından çok uzun süre ihmal edilen Kürt kadın kimliğini yeniden tanımlama sürecini başlatarak doğallaştırılmış kimlikleri altüst etmeyi amaçladı. Britanya'deki siyah feministler gibi, Kürt feministler de toplu olarak kendilerini tanımlama, kendileri adına konuşma ve bir yandan farklılıklarını dile getirirken diğer yandan dayanışma içinde olma haklarını talep ettiler. Kürt feministler kendi dergilerini yayınlamaya başladılar ve bu yayınları, 1990'lı yılların politik ortamında birbiriyle yarışan söylemler arasında bir yer edinebilmek için diğer kadın gruplarıyla diyalog kurma aracı olarak kullandılar.

Özerk feminist hareket,[170] farklı politik duruşları olan kadınlara, farklı konumlarını ifade edebilmeleri ve 'kadın sorunu' tartışmalarına aktif olarak katılabilmeleri için bir alan açtı. Kadınların kendilerine ait kaygılarını politik bir meseleye dönüştürmelerini sağlayan feminist hareket daha çoğulcu ve demokratik bir toplumun oluşmasında önemli bir etken oldu. Britanya'daki güncel tartışmalar feminizmin bitip bitmediği etrafında dönerken, Türkiye'de ulusal düzeyde sivil hareket genişlemeye devam ediyor. 1990'ların sonlarından beri ülke çapında küçük şehirlerde ve kırsal kesimde çok sayıda bilinç yükseltme grubu ve kadın araştırma merkezleri kuruldu. Feminizm, sadece eğitimli, orta sınıf iş kadınlarını değil, aynı zamanda daha genç kadınlar, fabrikalarda

[169] Ayşe Düzkan'la röportaj, aktaran, Grünell ve Voeten, 1997, s.226.

[170] Türkiye'de feministler mücadelelerini geniş kapsamlı diğer politik sorunlarla ilişkilendirmedikleri için feminist hareketin özerk olduğu konusunda hemfikirdirler.

ve mağazalarda çalışan kadınlar ve kız öğrenciler gibi diğer grupları da içine alan toplumsal bir hareket haline dönüştü. 8 Mart 1997'deki Uluslararası Kadınlar Günü'nde, ülkenin farklı yerlerinden farklı ideolojilere sahip (Radikal, Kemalist, Kürt, Sosyalist, vs.) yüzlerce kadın İstanbul'da yürüyüş yaparak kolektif eylem çağrısı yapmak için buluştular. Feministler, Sirman'ın öne sürdüğü gibi belki "tutarlı ve devamlı bir feminist politika yürütemediler",[171] ancak buna ulaşmak için feministlerin çaba harcadıkları yolunda pek çok gösterge vardır. Bu anlamda, Britanya'nın feminizm deneyimi, bireyselliğin ortak çıkar ve kolektif toplumsal mücadele politikasının yerini alması açısından Türkiye'deki feminizmden farklılık gösterir. Öyle görünüyor ki, günümüzde kadınların konum ve statülerinin halen geleneksel aile değerlerine göre tanımlandığı Türkiye'de feminizm, toplumsal ve politik bir hareket olarak kadınların ihtiyaçları açısından Britanya'dakinden daha geçerlidir. Bireysel hak ve bireysellik kavramları, Britanya ve Türkiye bağlamında birbirinden çok ayrı anlamlar taşır. Türkiye'deki feministler, kadınların ezilmesini engellemek için ataerkil sistemin ve ağırlıklı olarak devletin ve onun baskı araçlarının (hukuk, aile, eğitim, sosyal güvenlik, sağlık vs.) dönüştürülmesini talep etti, ancak bu taleplerinin hepsi henüz gerçekleştirilmedi. 2005 yılında Avrupa Birliği uyum yasaları çerçevesinde değiştirilen Medeni Kanunla yeni düzenlemeler yapıldı, ki bunda kadın sivil toplum örgütlerinin çok önemli katkıları oldu. Yine de görünen o ki, kadınlar eşit haklar kazanmak ve bunların uygulamasındaki zorluklarla başa çıkmak için bir müddet daha mücadele etmek zorundalar. Bütün bu sınırlılıklara ve uygulamadaki zorluklara rağmen, Türkiye'de feministler içinde yaşadığımız kültürde kadınların ihtiyaçlarına cevap vermek için feminizmi yeniden tanımlamayı başardılar. Gösterilen bu çaba Türkiye'de feminizmi canlı ve geçerli kılıyor.

Özetlemek gerekirse, Türkiye'de gelişen feminist hareketlerin Batı'daki muadillerinden etkilenmiş olmasına rağmen, 1980'lerin koşullarından ve feministlerin toplumun kültür ve geleneğine özgü taleplerinden doğduğunu öne sürebilmek için yeterince kanıt bulunmaktadır. Feministler, yarı-demokratik politik bir

[171] Sirman, 1989, s.22.

ortamda, Türkiye'de özgün feminist mücadelenin önemine vurgu yaparak çoğul feminist söylemler üretmekte başarıya ulaştılar. Ancak, Türkiye'de kadınlar üzerine yürütülen akademik çalışmalardaki Batı etkisi, politik eylemler üzerine olan etkisinden daha az hissedilir. 2000'li yılların başına kadar Türkiye'de 'kadın sorunu' üzerine yapılan çalışmalar ve tartışmalar, Batı'nın sosyal bilim çalışmalarında ortaya çıkan kuramsal ve ideolojik gelişmelerle yakından ilişkilendirilmedi. Yeşim Arat gibi bazı akademisyenler, Türkiye dışında yapılan kadın araştırmalarındaki kuramsal gelişmeleri takip etmedikleri ve de bunları eleştirel olarak değerlendiremedikleri için Türkiye'deki sosyal bilimlere karşı eleştirel bir tavır alır. Arat'a göre "çağdaş yaklaşımlarla (postmodernizme ve feminizme meydan okumak da dahil olmak üzere) yüzleşmek, onları entegre etmek ya da reddetmek doğrultusunda hiçbir zaman çaba gösterilmedi".[172] 'Farklılık' Türkiye'deki feminist çevrelerce kabul edilen bir kavram olmasına rağmen, Britanya örneğiyle karşılaştırıldığında, burada feminist akademisyenlerin 'farklılık' kavramını kuramsallaştırmaya yönelik çabalarının bulunmadığı görülür.

Britanya'daki feministlerin temel sorunlarından biri kuramsal çalışmaları uygulamaya koymak iken, Türkiye'de yaşanan durum bunun tam tersidir. Kadın sorunu ve bir toplumsal analiz kategorisi olarak toplumsal cinsiyet üzerine yapılan kuramsal çalışmaların eksikliği, şüphesiz, kadınları belli bir kültürel bağlamda ve içinde yaşadıkları sosyo-politik oluşumlar içinde anlamayı güçleştirir. Feminist eleştirinin, toplumsal cinsiyet temelli öznellikleri ve toplumsal cinsiyet kimliklerini sorunsallaştırmak için ve kadınlar arasındaki farklılıkların yanı sıra, kadınlar ve erkekler arasındaki eşitsizlikleri ve farklılıkları inceleyebilmek için, kendi metodolojik ve kuramsal tartışmalarını sosyal bilimlerdeki diğer kuramsal ve ideolojik gelişmelere açmaya ihtiyacı vardır. 1990'lardan itibaren bu konularla ilgili yapılan araştırma ve çeviri sayısının artmış olduğu görülmektedir ki, bu da feminist araştırmaların geleceği açısından olumlu bir işarettir.

---

[172] Yeşim Arat, 'Women's Studies in Turkey: From Kemalism to Feminism', *New Perspectives on Turkey*, (Güz 1988), s.119-135 (s.130).

II. BÖLÜM

FARKLI BİR POPÜLER KÜLTÜR FORMU OLARAK KADIN DERGİLERİ

Kadın dergilerinin gelişiminde önemli rol oynayan Britanya ve Türkiye'deki feminist hareketlerin yakın tarihini inceledikten sonra bu bölümde, kadın dergilerinin içerikleri ve piyasası tarihsel gelişim süreci içerisinde incelenecektir. Kadın dergileri, kadınların kendilerini ve dünyalarını yeniden tanımlamak, kimliklerini tartışmak, hedeflerini ve umutlarını dile getirmek için kullandıkları başlıca mekanizma ve araçtır. Dergiler aynı zamanda ticari ürünler olarak büyük medya endüstrilerinin bir parçasını oluşturur. Ballaster vd.'nin de ortaya koyduğu gibi, "dergiler, toplumsal cinsiyet farklılığını biçimlendiren ideolojik sistemin olduğu kadar ekonomik sistemin de bir parçasıdır."[1] Ticari bir ürün türü olarak kadın dergileri, piyasanın tarihsel gelişimi, yazı işlerinin kontrolü ve günümüzdeki kadınlığın anlamlarını kitlesel tüketim için üreten editörlerin rolü açısından incelenecek.

Bu bölüm üç kısma ayrılır. İlk olarak, sırasıyla Britanya ve Türkiye'deki kadın dergilerinin tarihsel gelişimi ele alınacak. Türkiye'de *Kim* ve *Kadınca*, Britanya'da *Cosmopolitan* ve *New Woman*'ın ortaya çıktığı ve önem kazandığı bağlamların daha iyi anlaşılabilmesi için yakın geçmiş üzerine yoğunlaşılacak.[2] Bu dergilerin diğer dergilerden hangi noktalarda farklılık gösterdiklerini anlamak için yapılan inceleme, dergileri sosyo-kültürel bağlamları içinde ele almayı amaçlar. İkinci olarak, üretim sürecinde editörlerin rolü ve sorumlulukları tartışılacak. Bu tartışmalar, hem kadın dergisi editörlerinin piyasa değerleriyle nasıl başa çıktığını keşfetmemize olanak sağlayacak, hem de feminizme yaklaşımlarını

[1] Ballaster vd., *Women's Worlds: Ideology, Femininity and the Women's Magazine*, (Londra: Macmillan, 1991), s.9-10.

[2] Bu çalışma 1990'lı yılları kapsadığı için kadın dergisi endüstrisi ile ilgili veriler 1990'lı yılların ortasına kadar olan dönemi içermektedir.

anlamamıza yardımcı olacaktır. Bölümün sonunda, bir sonraki bölümde incelenen dört kadın dergisi tanıtılacak. Kadın dergisi formatı çok çeşitlilik arzettiğinden, öncelikle bu popüler kültür formu içindeki farklı türlere açıklık getirmek gerekir.

Kadın Dergilerinin Türleri

Günümüzde kadın dergileri, Batı'da ve Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde dergi yayıncılığı piyasasının önemli bir kısmını oluşturur.[3] Okuyucu hedef kitlesi kadın olduğu ve uzmanlık konularının ilham kaynağı da kadın olduğu için, 'kadın türü' olarak adlandırılan bu dergi türü, medyadaki diğer türlerden kolayca ayrılır. Kazançlı bir iş alanı olan kadın dergileri aynı zamanda birçok yaratıcı düşüncenin kaynağı olarak da görülür ve dolayısıyla toplumsal koşulları etkilediği düşünülür. Marjorie Ferguson'ın belirttiği gibi kadın dergileri, "hem kadının kendine bakışını hem de toplumun kadına bakışını şekillendirmeye yardım eder."[4] Kadın dergilerinin toplumdaki çeşitli rollerini eğlence aracı, eğitim kaynağı ve ticari yayınlar olarak üç kategoride toplayabiliriz. Bu roller birbiriyle bağlantılıdır. Tarihsel olarak kadın dergileri, okuyucular ve yazarlar arasında çift yönlü bir iletişim kurulmasına olanak sağlamış, yazar ve okuyucu arasındaki güç ilişkisini bir ölçüde değiştirmiştir.

Kadın dergisi bir tür olarak, en çok bilinen markaları *Vogue*, *Cosmopolitan, Elle* ve daha az bilinen birçok feminist yayını kapsayan uçsuz bucaksız bir terimdir. Ayrıca, ergenlik dönemindeki genç kızlara hitap eden dergiler de, neticede gençlere bir kadın olmanın zorlukları hakkında bilgi ve tavsiye vermeyi amaçladığı, aynı zamanda kadın dergisi okuma alışkanlığına bir başlangıç niteliği taşıdığı için bu türe dahil edilebilir. Belli alanlarda uzman-

---

[3] Örneğin, Britanya'da kadın dergileri, 1994'de %39'luk bir oranla dergi piyasası içinde en büyük paya sahipti. Bu sektör, moda, güzellik, sağlık ve spor, seks ve ilişkiler, şov dünyasından dedikodular, bireysel deneyimler, öneriler, ev ve bahçe bakımının püf noktaları ve aile bakımı gibi konular da dahil olmak üzere çok geniş bir konu yelpazesini kapsar. *Key Note* 1991-1996: *Key Note*, piyasayı kapsamlı ve çok çeşitli boyutlarıyla inceleyen piyasa araştırmasında uzman bir şirket. Britanya kadın dergisi piyasasıyla ilgili istatistikler *Key Note*'un 1991-96 raporundan derlendi.

[4] Marjorie Ferguson, *Forever Feminine*, (Londra: Heinemann, 1983), s.1.

laşan kadın dergilerinin tarz ve içerik olarak çeşitlilik göstermesine rağmen, Linda Steiner'ın da belirttiği gibi 'her' kadın için bir dergi yoktur. Yalnızca reklamcıların hedeflediklerı pazarın içerlsine dahil olan kadınlara hizmet sunulur.[5] Bu da, reklamcılık ve kadın dergisi yayıncılığının birbirinden ayrılamaz bir bütün olduğu gerçeğini gösterir

Günümüz kadın dergileri beş ayrı türe ayrılabilir: Moda ve stil, ev-kadınına yönelik dergiler, iş kadınına yönelik dergiler, genç kız dergileri ve feminist dergiler. Feminist dergiler çoğunlukla reklam almamayı tercih ettikleri için dergicilik açısından daha az kârlı görünürler. Daha sonra da üzerinde durulacağı gibi, büyük şirketlerin hiç biri listelerine feminist bir dergiyi dahil etmez. Bu nedenle aşağıdaki incelemede feminist yayınlar, ticari kadın dergilerinden ayrı bir bölümde ele alındı.

Kadın dergilerinin kitle iletişim aracı olarak geçmişi 20. yüzyıl başına kadar gittiği için dergilerin tarihsel gelişimine kısa bir göz attıktan sonra 1990'lardaki gelişmeler ayrıntılı bir biçimde incelenecektir.

Britanya'da Kadın Dergilerinin ve Piyasanın Gelişimi

Britanya Kadın Dergileri: Viktorya Çağından Postmodern Döneme

Kadınlara yönelik süreli yayınların tarihsel bir değerlendirmesini yapabilmek için, ilk yayınların başladığı üç yüz yıl öncesine kadar gitmek gerekir,[6] ancak kaydadeğer bir yayın silsilesinin ve dergi sayılarındaki artışın Viktorya döneminde başladığı görülür. David Doughan, Viktorya dönemindeki kadın dergilerini üç kate-

---

[5] Linda Steiner, 'Would the Real Women's Magazines Please Stand-up... For Women', içinde Cynthia M. Lont (der.), *Women and Media: Content/Careers/Criticism* (Wadsworth Yayınları, Kaliforniya, 1995), s. 100-108 (s.100).

[6] Britanya kadın dergisi endüstrisinin evrimi üzerine yapılan bazı önemli çalışmalar şunlardır: Cynthia White'ın kitabı *Women's Magazines 1693-1968*, (Londra: Michael Joseph, 1970), Viktorya ve Edward dönemindeki yayınlar hakkında bilgi verir. Brian Braithwaite'in kitabı *Women's Magazines: The First 300 Years*, Londra: Peter Owen, 1995, Britanya'da son üç yüz yıl içinde yayınlanan eski dergilerin bazılarının tarzını ve içeriğini inceler. Marjorie Ferguson da *Forever Feminine*, (Londra: Heinemann, 1983) adlı kitabında Britanya'daki kadın dergilerinin evrimini inceler, ama 20. yüzyıl üzerinde yoğunlaşır.

goriye ayırır: ticari, politik ve örgütsel.[7] Doughan'a göre, bu kategorilerden bazıları, özellikle de son ikisi birbiriyle örtüşür. Çalışmamın amacına paralel olarak kadın dergisi endüstrisinin evrimine ilişkin inceleme özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından sonraki döneme yoğunlaşacak. I. ve II. Dünya Savaşlarını kapsayan yıllarda bazı yeni dergiler piyasaya çıkmıştı, fakat savaş sırasında ve daha öncesinde piyasada olan dergilerin çoğu savaş sonrası dönemde varlığını sürdüremedi. *Woman's Journal*, *Woman's Own*, *Woman's Weekly*, *Vogue*, *Good Housekeeping*, *Woman* gibi bugüne kadar varlığını sürdüren bazı istisnalar da görülür. Savaş biter bitmez editörler, okuyucuların gelir, istihdam ve eğitim düzeylerinin biçimlendirdiği sınıfsal farklılıklarının bilincindeydi ve yayın politikalarını buna göre belirlediler. Bazı dergiler işçi sınıfı kadın grubuna yönelik farklı ilgi alanları yaratmaya çalıştı. Örneğin *Woman*, "işçi sınıfına mensup kadınları eğlendirmeyi ve bilgilendirilmeyi hedefleyen dergilerin, önceden orta sınıfa yönelik dergilerde bulunan ilgi ve uzmanlık alanlarını genişletilebileceği"[8] düşüncesi üzerine kurulmuştu. Bu dönemi kapsayan çalışmalar, dergilerin, kadınları mutfakla ilgili kaygılara ve yuva kurucu rollerine yönlendirmek suretiyle, savaş sonrası dönemin ekonomik ve sosyal sorunlarına katkıda bulunduklarına işaret eder.[9] Savaş sonrası yılların sosyal, kültürel ve ekonomik koşulları 20. yüzyılın ikinci yarısında meydana gelen değişimlerde belirleyici oldu. Bu koşullar sadece sektörün yapısını değiştirmekle kalmayıp, aynı zamanda dergilerin konu başlıklarında ve mesajlarında da farklı tepkilerin ortaya çıkmasına yol açtı.

Savaş sonrası yıllarda, piyasada yeni dergiler arasında kıyasıya bir rekabet ve yayın şirketlerinin az sayıdaki anonim şirketlerde toplandığı gözlemlenir.[10] Bazı dergiler piyasadan çekilirken,

---

[7] David Doughan, 'British Women's Serial', Don Vann ve Rosemary T. VanArsdel (der.), içinde, *Victorian periodicals: A Guide to Research* New York: The Modern Language Association of America, 1989, Cilt: 2, s.67-73, (s.67).

[8] Ferguson, 1983, s.18.

[9] a.g.e., s.21.

[10] 1959'da, *Woman's Weekly*'yi yayınlayan The Amalgamated Press'i satın alarak bu akımı başlatan Daily Newspapers Ltd. olmuştu. Bu hareket rekabeti körükledi ve Odhams Press Ltd.'nin önce The Hulton Press'i (1959), ardından da o dönemde *Woman*'ın gerçek anlamda tek

bazıları da yeni ortaya çıkan elektronik iletişim araçlarıyla rekabet edebilmek için birleştiler. Kadın dergileri, savaş arası yıllardan bu yana neredeyse kullanabilecekleri tüm stratejileri kullandılar; örneğin, *Woman* ve *Woman's Own* gibi dergilerin geçmişleri görece uzun bir ekonomik başarıyı ve yüksek tirajı kapsar. Özellikle şirket evlilikleri, anonim devir-teslimler, isim ve format değişimleri, yazı işleri müdürlerinin uyguladığı politikanın dönüşümü ve uzmanlaşma sayesinde dergi endüstrisi, genel medya endüstrisi içinde başarılı bir ticari girişim olarak kabul edilir.

Savaş sonrası yıllarda yayınlanan ilk büyük kadın dergisi (1949), bütünüyle yeni bir ambiyans yaratan ve genç kadınlara hitap eden ve gerçek anlamda ilk moda dergisi olduğunu iddia eden *Vanity Fair*'di.[11] Prenses Elizabeth'in evliliği (1947) ve kraliyet ailesi ile ilgili olayların *Vanity Fair* ve diğer kadın dergileri üzerinde büyük etkisi oldu ve yeni endüstrinin doğuşunda önemli bir rol oynadı. Yüzyılın ikinci yarısına gelindiğinde, okuyucuların yıllar boyunca kraliyet ailesi üzerine yazılan yazılara ve onların fotoğraflarına doymuş olduğu fark edildi. Savaş sonrası yıllarda yayın hayatına başlayan diğer bir yeni dergi *She*'dir (1955). *She*'nin yayınlanması o dönem kadın dergileri için yeni ufuklar açan olumlu bir gelişme olarak algılandı. Braithwaite, *She* hakkında şu yorumu yapar: "kadın dergiciliği için yeni bir fikir olarak ortaya çıktı. Tek amaç eğlendirmekti; kelime oyunlarından oluşan espri dolu başlıklar, ilginç kişilikler ve fotoğraflar, şakalar ve samimiyetin eşsiz bir bileşimiydi *She*."[12] Bu iki dergi esas olarak stil ve modaya yönelik dergiler olarak tanımlanabilir

Endüstrinin gelişmesiyle beraber savaştan sonra yayın hayatına devam etmeyi başaran *Woman* (1937) ve *Woman's Own* (1932) gibi dergiler, kendi pazar paylarını arttırdı. Renkli reklamlar kullanmaya başlayan bu dergiler dış görünümlerinde ve temsil biçimlerinde yaratıcılığı yakaladılar. 1950'lerin sonlarında kaydadeğer bir ticari başarı kazandılar. İçerikleri itibarıyla ev kadını dergisi kategorisinde yer alan *Woman* ve *Woman's Own* Braithwaite'in belirttiği gibi,

---

rakibi olan *Woman's Own*'u yayınlayan George Newnes Ltd.'yi satın almasına yol açtı. Ferguson, 1983, s.23.

[11] Braithwaite, 1995, s.64.

[12] Braithwaite, 1995, s.67.

Yemek pişirme, örgü örme, hikayeler, mektuplar, sağlık ve sosyal konularda tavsiyeler, ev mobilyası gibi konulara ayrılmış bölümlerin bulunduğu geleneksel yayın çizgisini takip etmekten memnundular, fakat usta yazı tarzları ve gözalıcı sanat çalışmaları, kelimenin her anlamıyla dergiye kaydadeğer ölçüde renk katıyordu.[13]

Braithwaite, başarılarının yaratıcı içeriklerinden değil görsel kalite ve tarzlarından kaynaklandığını belirtir. Bu dergiler, adına fotogravür denilen ve çok sayıda renkli derginin ucuza mal edilmesine olanak sağlayan baskı tekniğiyle üretiliyordu.[14] Reklamlar ve renkli görsel malzemeler, bir dergiyi başarıya ulaştırmanın temel kaynakları olarak kabul görmeye başladı. Cynthia White'ın belirttiği gibi "kadın dergilerindeki patlama, yurt içi tüketimin artması ve bununla bütünleşen reklamcılık sektöründe yaşanan uçsuz bucaksız genişlemeye koşut olarak gerçekleşti."[15] Dergi yayıncılığının ulaştığı bu yeni boyut, 1950'lerde yayıncıları yeni stratejiler kullanmaya yöneltti: diğer bir makul yayın stratejisi de rekabet edebilmek için yüksek kalitede, yeni, renkli dergiler piyasaya sürmekti. Bu stratejiyle beraber, yayıncılar kazançlarını artırabilmek için reklamverenlere daha da bağımlı hale geldi. Sonuç olarak, kadın dergisi yayıncılığında reklamverenlerin ekonomik gücü açıkça hissedilmeye başlandı. 1950'lerde üretim maliyetlerinin artması dergilerin reklama bağımlılığını üst seviyelere çıkardı. Bu dönemde ekonomik sorunlarla karşı karşıya kalan önemli sayıda dergi piyasadan çekildi. 1950'lerde yayınlanmaya başlanan dergilerden sadece ikisi, *She* ve *Woman's Realm* yayın hayatına devam etmeyi başarabildi.

1960'larda endüstride radikal değişimler yaşandı. Büyük yayınevleri ticari değeri keşfedilen kadın dergileriyle ilgilenmeye başladı ve şirketlerarası evliliklerle birleşmeler çoğaldı. Bu gelişmelerin sonucunda, 1968'de kurulan Uluslararası Yayıncılık Şirketi (UYŞ), 1950'lerden beri varlığını sürdüren *Woman* ve *Woman's Own* gibi eski, başarılı ve birbirine rakip dergiler de

---

[13] (a.g.e.), s.71.

[14] Janice Winship (tarafından hazırlanan), 'Femininity and Women's Magazines', *The Changing Experience of Women,* içinde, Ünite 6, Open University, U221 Ünite 5-6, (1983), s.32.

[15] White, 1970, s.201.

dahil olmak üzere, büyük kadın dergilerini satın aldı.[16] Büyük ölçekli bir yayıncılık imparatorluğu olarak görülen bu şirket 1960'larda diğer uluslararası ve bağımsız şirketlerden oluşan pazarın liderliğini elinde tuttu.

1965'de UYŞ ve George Newnes tarafından yayınlanmaya başlanan *Nova*, hem içerik hem de tarz açısından "radikal" olduğunu açıkladı; editoryal yazısında dergiyi, 'Yeni Kadının Yeni Dergisi' olarak tanımlanıyordu. *Nova*, 'yeni' kadın imajını yaratırken kaçınılmaz olarak 1960'lardaki sosyal ve cinsel değişimlerden ilham aldı. Yeni kadının sahip olduğu özellikler şöyle sıralanıyordu: "akıllı, düşünebilen ve dünyadan haberdar olan. İyi eğitimli, radikal ve şüpheci, kesinlikle ilgi alanları alışveriş ve yemek yapmak gibi banal konulardan ibaret olmayan, tipik kadın dergisi okuyucularına benzemeyen."[17] Reklam ajanslarına göre *Nova*, genel atmosferin yaratıcılığı ve girişimciliği teşvik ettiği bir dönemde, 1960'lar için doğru kabul edilen 'karşıt kültür'ü temsil ediyordu.[18] *Nova*, kadınlık deneyimleri annelerininkinden oldukça farklı olan 'yeni' nesle hitap ediyordu. Eski kuşaklar, genç kadınların taleplerini karşılamayı amaçlayan bu dergiye, cinsel konuları tartışırken gösterdiği hatırı sayılır cüretkârlıktan dolayı tepki gösterdiler. İlk yıllarda kaliteli reklamcıların *Nova*'yı tercih etmelerine rağmen, *Nova*, *Vogue* ve *Queen* gibi diğer ışıltılı dergilerin yüksek tirajına erişemedi ve ekonomik zorluklar *Nova*'nın 1975'de piyasadan çekilmesine neden oldu.

1960'larda yayıncılık dünyası, dergi yayıncılığında yeni mecralar keşfederek, yeni bir fenomen olan 'ergenlik çağı'ndaki genç kızların önemini kavradı. Milyonlarca genç kız, piyasanın potansiyel tüketicileri olarak görüldü. Pek çok kadın dergisinin kapanırken diğerlerinin yayın hayatına başladığı bu çalkantılı dönemde, yayıncılık dünyasının ergenlik çağındaki genç kızlara yönelik *Honey*, *19* ve *Jackie* gibi yeni dergilerin piyasaya çıkmasıyla genişlediği görülür. 1960'larda endüstrinin benimsediği temel strateji, sadece yaş ve sınıfsal farklılıkları baz almaktansa, belli ilgi alanlarına ve tüketici pazarlarına yönelmekti. Değişen yaşam

[16] Ayrıntılı bilgi için bkz. Braithwaite, 1995, s.76.
[17] a.g.e., s.79.
[18] a.g.e., s.81.

biçimleri, onları daha kesin hedeflere, örneğin, iş kadınları, taşrada oturanlar, genç evliler, genç ev kadınları, ergenlik çağındaki genç kızlar veya 40 yaşın üstünde hali vakti yerinde kadınlar gibi belirli demografik gruplara yöneltti. Bu pazar stratejileri sonucu her bir dergi türü kendi piyasasında genişlemeye devam etti.[19]

1970'ler Britanya'daki kadın dergileri ve feminist hareketler açısından önemli bir dönemdir. Feministler, kadınların eş ve anne olarak tanımlanan aile içi rollerini sorgulamaya başladı. Bu toplumsal gelişme, hem Britanya'daki hem de diğer ülkelerdeki yayıncı ve editörleri, kadın dergilerinin yıllar boyunca neredeyse hiç bir sorunla karşılaşmadan ilettikleri mesajları gözden geçirmeye zorladı. Kadınların değişen amaçları, değerleri ve rolleriyle beraber, dergilerin görünümleri ve mesajları da değişmeye başladı. 1972'de yayın hayatına başlayan *Cosmopolitan*, 1970'lerden beri ışıltılı (glossy) kadın dergilerinin çoğunu etkisi altına alan bu değişimin en iyi örneğidir. White, *Cosmopolitan*'ı biçimlendiren kültürel bağlamı ve derginin tarzını şöyle açıklar:

> *Cosmopolitan'da ifade edilen görüşlerin çoğu kabul edilmeyebilir, çünkü bu görüşler geleneksel değerlerle çatışır. Fakat bazı konuları gündeme getiren ve sorunları o zamana kadar hiç mümkün olmadığı kadar etraflıca ve açıkça tartışan Cosmopolitan, kadınların birbiriyle ilişkili çeşitli ihtiyaçlarını ve kadınlık koşullarını açığa çıkarır ve bunlara cevap bulmaya çalışır.*[20]

Dergilerin işlediği klişe temalarda gözlemlenen değişimler ve başyazıların tonunun yumuşayarak daha az otoriter hale gelmesi, Ferguson'un da belirttiği gibi, "hakkında konuşulabilecek konuların kapsamının genişlediğini ve gelenek ya da tabuların daha az engel teşkil ettiğini"[21] gösterir. Kadın dergilerinde yaşanan bu değişimler, kadınların hakları ve kendi bedenleri hakkında daha fazla bilinçlenmesini sağladı. Evlilik öncesi cinsel ilişki ve tecavüz gibi daha önceden ele alınmayan konular bazı kadın dergilerinde birdenbire önem kazandı. Herkes tarafından onaylanması beklenmeyen bu tür konular, dergi satışlarının artmasında önemli

---

[19] Winship, 1983, s.33.

[20] Cynthia L. White, *The Women's Periodicals in Britain 1946-76*, (Londra: Her Majesty's Stationary Office, 1977), s.58.

[21] Ferguson, 1983, s.84.

bir unsur oldu. Bu dergilerin "radikal" bakış açılarına verilen farklı tepkilerin sonucunda, moda, yaşam biçimi ya da bu yeni "özgür tavır" gibi konulara yoğunlaşan, daha uzmanlaşmış dergiler piyasaya sürülmeye başlandı.

1970'ler dergi piyasasının iniş çıkış yaşadığı bir dönemdir. Buna rağmen, bazı dergileri satın alıp kendi bünyesindekilerle birleştirme politikası uygulayan UYŞ piyasadaki güçlü pozisyonunu korudu. Bu dergilerden bazıları sadece kısa bir süre ayakta kalabildi, ama *Cosmopolitan* gibi dergilerin ticari başarıları diğer dergilere ilham veren bir model oluşturdu. Örneğin, *She* ve *Company* gibi dergiler *Cosmopolitan*'a yakın bir yayın politikası izleyerek benzer bir okuyucu kitlesini kendilerine çekmeye çalıştı.

1980'li yıllar, kadın dergilerinin sayısında belirgin bir artışa sahne oldu; ellinin üzerinde yeni dergi piyasaya çıktı.* O dönemde yayınlanmaya başlanan ilk büyük dergi *Options*'dı. *Options*, otuz yaşın üstündeki yüksek orta sınıf kadınları hedef kitlesi olarak belirlemişti ve Braithwaite'ın belirttiği gibi, "*Cosmopolitan* ve *Good Housekeeping* arasındaki boşluğu doldurmak üzere tasarlanmıştı."[22] EMAP (uzun yıllar boyunca bölgesel gazetelerin yayıncılığını yapmış olan East Midland Allied Press), 1980'lerde genç kız dergisi piyasasına ve ayrıca piyasanın temelini oluşturan yetişkin kadın dergisi piyasasına girdi. Genç kızlara yönelik yayıncılık piyasasında başarılı bir isim olan *Just Seventeen*'i çıkartmaya başlayan EMAP, artık gençlerin pazarına hâkim olmuştu; *More*, *New Woman* ve *Elle* gibi pek çok başka dergi de yayınladı. 1980'lerin sonunda bu dergiler *Cosmopolitan*'la rekabet içindeydi. Özellikle *New Woman* ABD'de yayınlanmaya başlandığında, *Cosmopolitan*'a çok benzediği konusunda yorumlar yapıldı. Braithwaite 1990'larda *New Woman*'ı şöyle tanımlar:

> *"Ciddi konular hâlâ işleniyor, kampanyalar yürütülüyor ve pek çok tavsiyelerde bulunuluyor -ama New Woman, her şeyi açıkça ortaya koymaktan hoşlanan dergiler kervanına katılmıştı, dobra dobra, açık ve samimi seks tavsiyeleri veren dergilerin lideriydi- elbette iç gıcıklayıcı herhangi bir şey ima*

---

* 1980'ler dergi endüstrisinde hızlı bir büyümeye sahne oldu, 1985 - 1994 arasında yayınlanan toplam dergi sayısı %73, toplam dağıtım ise %18 civarında arttı. *Key Note* 1991-1996 Report.

[22] Braithwaite, 1995, s.115.

etmeden. Öte yandan... New Woman ciddi konularıda ele alıyor ve yürüttüğü bazı kampanyalarla yayıncılık endüstrisinde ödüller kazanıyor."[23]

1980'lerde kadın dergilerinin çoğu 'özgür kadınlar'a, özellikle de çalışan kadınlara seslenmeyi amaçladı. Bu trend bazı dergilerin isimlerine bile yansıdı. Örneğin, 1980'lerin ortasında *Working Woman* adlı yeni bir yayın piyasaya girdi.

1980'lerde piyasaya hâkim olan genç kadın dergilerinin yukarıda belirtilen özellikleri, kadınların kendi yaşamlarını geliştirmek için gösterdikleri çabalarla ilişkilendirilebilir. Nitekim, 1970'lerde ve 1980'lerde kadınların yaşamlarında gözlemlenen önemli değişiklikler kadın dergilerinin alışılmamış yenilikçi tarzını etkiledi. Bu dönemde yaşanan değişiklikleri şöyle özetleyebiliriz: doğum kontrolü ve kürtaj imkanlarının artmasıyla beraber kadınların kendi doğurganlıkları üzerindeki kontrolü de arttı; kadınlar hiç olmadığı kadar iyi eğitim görme olanağına kavuştular; aile içindeki yükümlülükleri dışında iş olanakları arttı; kocaların işsizlik oranı yükseldikçe ekonomik koşullar daha fazla kadını ev dışında çalışmaya zorladı; ve son olarak da kariyer sahibi olmak bir kadın için önemli bir mesele haline geldi. Bu değişimler, yalnızca kadınların kendileriyle ilgili algılayışlarını etkilemedi aynı zamanda kadın dergilerindeki kadın öznelliklerinin temsilini de etkiledi. 1970'ler ve 1980'lerde kadınlara yönelik yayıncılığın çehresini değiştiren bu koşullar ve yaklaşımlar, "günümüz kadınının durumuyla ilgili farklı kavramların, önceliklerin ve yorumların yansıtıldığı çeşitli bakış açılarını"[24] sundu. Konu başlıkları silsilesinin yansıttığı çeşitlilik, toplumsal değişimleri ve çeşitliliği kendilerinin de gözlemlediği dergi editörlerini, bu değişimlere ne ölçüde ve nasıl ayak uydurmaları gerektiği sorunuyla karşı karşıya getirdi.

1970'lerden beri yayınlanan kadın dergilerine bakıldığında, bazılarının toplumsal değişimlere ve feminist hareketlere diğerlerinden daha fazla yer ayırıp onlardan etkilendiği görülür. İçerik açısından sosyeteye yönelik *Harper's and Queen* gibi dergilerden, *Options* ve *Woman's Journal* gibi yaşam biçimi dergilerine kadar çeşitlilik gösterirler. *Vogue* ve *Elle* gibi diğerleri temel ilgi

[23] a.g.e., s.138-9.
[24] White, 1977, s.61.

alanı olarak modaya yönelirken, *New Woman* ve *Cosmopolitan*, 'özgür' ve çalışan kadınların sorunlarıyla uğraşır.

Bu gelişmelerin yanı sıra, 1980'lerdeki muhafazakar hükümetin hâkim liberal politikaları, kişilerin kendilerini geliştirme yönündeki bireysel arayışları teşvik etti ve bu bireysellik politikası kadın dergilerinin çoğunun da en önemli mesajı haline geldi. Ticari kadın dergileri de zamanla herhangi bir konuyu politik bağlamı içinde ele almaktan vazgeçti. Bunun sonucunda, feminizm gittikçe politik bağlamından uzaklaştırılıp ticari bir değer haline getirilerek popüler ve ticari söylemlerin içine yedirilmeye başlandı. Kısmen bu değişimlere bağlı olarak, 1980'lerde cinsellik genç kadın dergilerinin çoğunun gündeminde önemli bir konu haline geldi.

1990'larda yayınlanan dergiler, 1980'li yılların kadınlar için cinsellik yılları olduğu iddiasını destekler. Örneğin, *For Women* (1992) isimli derginin metinleri de, içindeki oral seks ve seks aletleri gösteren resimler kadar açık seçiktir. Editör, amaçlarını şu şekilde açıklar: "daha geleneksel olan kadın dergilerinde yeni verilmeye başlanan seks hakkındaki eklerin başarısı, bizim *For Women*'i yayınlamaya başlamamız için doğru zaman olduğuna inandırdı. Amacımız kadın dergilerinin sınırlarını genişletmek."[25]

Hızla gelişen kadın dergisi endüstrisi yıllar boyunca kadınların isteklerinin, ihtiyaçlarının ve kaygılarının yansıtıcısı olarak görülmektedir. 1990'ların dergilerinde gözlemlenen önemli değişikliklerden biri de dergilerde kadın sağlığına daha fazla yer ayrılmasıdır. Sağlık ve fitness kadın dergisi yayıncıları için uzmanlık konularından biri haline geldi. 1990'ların başlarında *BBC Good Health* ve *Top Santé* gibi dergiler yayın hayatına başladı. Popüler bir Fransız dergisi olan *Top Santé*, şöyle tanımlanır: "sağlık, güzellik, mutluluk, psikoloji, cinsellik, fitness ve diyet konularıyla ilgili tüm alanları kapsayan bir dergi. *Top Santé*, günümüz kadınının gerçek ihtiyaçlarını her ay karşılayacak."[26]

İleride kadın dergileri üzerine yapılacak araştırmalar açısından önemli bir konunun altını çizmek gerekir: bugün kadın dergilerinin yayın yönetmenleri ve yazarları çoğunlukla kadınlardan

---

[25] Braithwaite, 1995, s.151-2.
[26] a.g.e., s.153.

oluşmaktadır. Ancak diğer yandan, yayıncıların ve dergilerin ait olduğu şirketlerin yöneticilerinin çoğu hâlâ erkektir. Türkiye'deki editörlerin de belirttiği gibi, kadın dergilerinin bu yapısı, promosyon ürünleri, reklamlar ve bazen de içerik gibi belli konularda karar alma mekanizmalarını zaman zaman etkilemektedir. (Bkz., dergi editörleriyle mülakatlar) Bu da, kadın dergisi yayıncılığı dünyasındaki çatışan güç ilişkilerine ve dergi sahiplerinin güçlü konumlarıyla dergilerin içeriğini de etkilediğine işaret eder.

Britanya'nın Önde Gelen Yayıncıları ve 1990'larda Kadın Dergisi Piyasası

Kadın dergisi dinamik ve hızla gelişen bir piyasadır. Halihazırda çok sayıda derginin piyasada bulunmasına rağmen, yayıncılar sürekli bir girişimde bulunabilecekleri yeni alanların arayışı içerisindeler. 1995'de yayınlanan *Key Note* raporuna göre, 1993 ve 1994 arasında en çok satan elli kadın dergisinin dağıtımı %4.6 oranında artmıştır. Diğer dergi piyasalarıyla örtüştüğü için kadın dergilerinin tam sayısını belirlemek oldukça zordur. *Key Note*'a göre 1994'de özellikle kadınları hedefleyen tahminen 150 dergi bulunmaktadır. 1994'de satışlardan elde ettikleri £415 milyon kârla kadın dergileri, toplam tüketici dergilerin satışından elde edilen kazancın %56.7'sini oluşturur. Kadın dergilerinin reklamlardan elde ettiği kazanç, diğer tüm tüketici dergileri arasında %53.4 oranla, daha istikrarlı bir paya sahiptir. 1994'de kadın dergilerinden elde edilen reklam kazancı £250 milyona ulaşmıştı. Britanya'nın önde gelen kadın dergileri arasında 1994'ün Temmuz ayına kadar Register-Mail tarafından yapılan reklamlarla ilgili araştırmada, en çok reklamı yapılan üç ürün çeşidinin kadın parfümü, cilt bakım ürünleri ve kadın moda ürünleri olduğu tespit edildi. Bunları otomobiller, erkek parfümleri, büyük mağaza reklamları ve güneş koruyucu kremler takip eder. 1994'deki rakamların gösterdiği gibi, reklamlar kadın dergileri için derginin satışı kadar önemli bir gelir kaynağıdır. 1994'de kadın dergilerinin ortalama fiyatı £1.38, haftalıklar için £0.61 ve aylıklar için £1.83 idi.[27]

[27] *Key Note* Raporu, 1991-1996.

Kadın dergileri yayınlanma aralıklarına göre, aylık, iki aylık, üç aylık ve haftalık olmak üzere dört ana kategoriye ayrılır. Bu yayınların oranı Tablo 1'de sunulmuştur (s. 282). Tablo 2'de, Britanya'daki yüksek tirajlı kadın dergilerinin (aylık, iki aylık, haftalık) pazar paylarını gösteren istatistiki bilgiler yer almaktadır (s. 283). *Key Note* en çok satan elli kadın dergisinin dağıtımının 1993 ve 1994 arasında %4.6 arttığını belirtir. En çok satan ve aylık olarak yayınlanan 20 kadın dergisinin listesi Tablo 3'te yer almaktadır (s.283).[28] Bu rakamlar, aylık dergiler içerisinde en çok satanların daha çok seks, güzellik, moda ve dekorasyon gibi konular üzerine yoğunlaştığını gösterir.

National Readership Survey (NRS)'e göre Britanya'da yetişkinlerin %86'sı tüketici dergisi okuyor; %78 civarı haftalık, %68 civarı da aylık kadın dergisi okuyor.[29] NPS'in bulguları ayrıca, normal bir hafta içinde Britanya'daki tüm kadınların yarısından fazlasının haftalık bir kadın dergisi okurken, yaklaşık yarısının da her ay bir aylık kadın dergisi okuduğunu gösteriyor. Her bir *Cosmopolitan* dergisi ortalama 4.1 yetişkin tarafından okunuyor ve okuyucuların toplam sayısı 2.414.000; *New Woman*'ına gelince her bir dergi 2.4 yetişkin tarafından okunuyor ve toplam okuyucu sayısı ise 677.000.

1970'lerin ortasında yaptığı bir araştırmada White, "en başarılı dergilerin kendilerini modern temsil biçimlerine adapte eden, sorumluluk sahibi bir anlayışla ve ustaca tasarlanan ve ödenen paranın karşılığını veren dergiler olduğunu"[30] belirtir. Aynı özellikler, 1990'lardaki kadın dergilerinin ticari başarısı için de geçerlidir. Günümüzde kadın dergisi endüstrisinde yoğunlaşma (concentration) yönünde bir eğilim vardır. Dağıtım oranları açı-

---

[28] *Key Note* raporu, kadın dergisi piyasasının rekabetçi yapısına rağmen, dağıtım rakamlarının başarılı sayılması için kesin bir kriter olmadığını, dergilerin kendi alanları içerisinde sahip oldukları itibarın ölçülemese de daha fazla öneme sahip olabileceğini belirtir. Örneğin, *Vogue*, *Cosmopolitan* ve *Good Housekeeping* gibi dergiler kadın dergisi piyasasıyla eş anlamlı görülür.

[29] Kadın dergilerinin esas okuyucuları kadınlar olmasına rağmen, bazı dergiler erkeklerin de ilgisini çekebiliyor. Özellikle evle ilgili konularda *House & Garden* ve *Country Homes &Interiors* gibi aylık dergilerin erkek okuyucu oranı %34 civarında. *Key Note* 1991-1996.

[30] White, 1977, s.61.

sından değerlendirildiğinde, Britanya'da kadın dergisi piyasasını dokuz şirketin elinde tuttuğu ve bunun da dergilerin toplam sayısının %43'üne tekabül ettiği görülür.

1994 yılında en çok satan 64 kadın dergisi içinde yayıncıların dağıtımdaki payı şöyledir: [31]

(toplam dağıtımdaki %),

IPC	37.7
H. Bauer	13.9
National Magazine Com.	12.1
EMAP	8.1
G&J of the UK	6.1
DC Thomson & Company	5.4
Conde Nast	2.8
Newhall Pub. Ltd.	2.7
Hello Ltd.	2.5
Diğer	8.7
Toplam	100.0

En önde gelen üç şirket tarafından basılan ve çok satan dergilerden bazıları şunlardır:

EMAP
Elle (moda ve stil dergisi)
Just Seventeen (gençkız dergisi)
New Woman (iş kadını dergisi)
More! (gençkız dergisi)
Looks (moda ve stil dergisi)

IPC Magazine Ltd.
Options (iş kadını dergisi)
Marie Claire (iş kadını dergisi)
Woman (ev kadını dergisi)

[31] Dağıtım Denetleme Bürosu'ndan (Audit Bureau of Circulations) /*Key Note* alıntılanmıştır.

Woman's Own (ev kadını dergisi)
Woman's Journal (ev kadını dergisi)

National Magazine Co. Ltd.
Company (iş kadını dergisi)
Cosmopolitan (iş kadını dergisi)
Good Housekeeping (ev kadını dergisi)
She (iş kadını dergisi)
Harpers & Queen (sosyete dergisi)

Feminist Yayınlar ve Yayıncılar

Diğer toplumsal hareketler gibi, feminizmin etkisi de toplumun farklı katmanlarında ve farklı gruplar arasında çeşitli şekillerde hissedildi. Bazı kişiler feminist düşünceye çok açık bir tavır segilerken, diğerleri onu sorguladı ve/veya karşı çıktı. Feministler, fikirlerini topluma yaymak için farklı iletişim kanalları kullandılar. Britanya'da feminist hareketlerin 1970'lerden beri ağırlıklı olarak yazı yazma ve yayın işleriyle ilgilendiği görülür. Bu ilgi, feminist yayıncılıkta güçlü bir feminist çizgiye sahip olan sol/siyah/gay-lezbiyen yayıncılar da dahil olmak üzere büyük bir çeşitlilik yarattı. Son otuz yıl içinde bu alandaki büyük yayıncılar sırasıyla Virago, The Women's Press ve Pandora'dır. Bu yayıncılar, Kadınların Özgürleşme Hareketi'yle birlikte gelişen yeni düşünceleri yansıtmayı ve ifade etmeyi amaçladı. İlk önce kadın yazarlar tarafından yazılmış ve kaybolup gitmiş klasikleri yeniden bastılar, daha sonra çalışmalarını modern edebiyat ve edebiyat-dışı yazınla -kadın çalışmaları, tarih, otobiyografi, edebiyat ve kültür eleştirisi, şiir ve sağlık- genişlettiler.[32] 1974'de kurulan The Women's Press'ten iki yıl sonra Virago kuruldu ve on yıl kadar sonra da ana akıma ait bir yayınevi olan Routledge ve Kegan Paul'un "feminist ticari yayını" olarak, ama bağımsız yazı işleri müdürlüğü olan Pandora yayın hayatına başladı.[33] Bunların

[32] Diana Leonard, 'Publication Strategies - Involvement in and Through Scientific Media', *F.A.M. Proceedings of the International Conference, Involvement and Identity, Women and the Women's Movement in Science and Politics,* (Münih, 10-14 Eylül, 1986) içinde, s. 24-47, (s.25).
[33] Leonard, 1986, s.26.

yanı sıra, Onlywomen, Sheba, Stramullian, Black Womentalk ve Change gibi daha küçük yayıncılar da bulunmaktadır. Bu yayınevleri, yeni fikirlerin ve farklı etnik kökenlerden ve cinsiyetlerden gelen yeni yazarların biraraya gelebileceği bir platform yaratmakta önemli bir rol oynadı. Ayrıca, Pluto Press ve Zed Press gibi diğer bazı radikal ve ticari yayıncılar da yayın programlarına feminist çalışmaları dahil ettiler.

Feministler gittikçe büyüyen yayıncılık piyasasında seslerini daha fazla duyurabilmek amacıyla 1972'de, "kadınların kurtuluşu dergisi" olarak tanımlanan *Spare Rib*'i yayınlamaya başladı. *Spare Rib,* Faludi'nin ifadesiyle, "kadın özgürlüğünü gazete tezgahlarına koymayı başardı"[34] ve gerçekten de bu dergi Britanya'da feminist hareketin etkili kaynaklarından biri haline geldi. *Cosmopolitan*'ın 1970'lerden itibaren feminist kaygılarla hareket etmesine rağmen, Braithwaite, *Spare Rib*'i "*Cosmopolitan*'ın antitezi, ışıltılı olmayan, ticari olmayan, radikal, feminist ve siyasi bir dergi"[35] olarak tanımlar. *Spare Rib* piyasada ana akıma karşı belirgin bir kültürel alan yaratan ve hiçbir zaman reklama bağımlı olmayan tek örnek olarak piyasada yerini aldı. Piyasanın en önde gelen, gösterişli dergisi *Cosmopolitan*'ın, "dünyanın en uzun süredir yayınlanan ve en çok okunan feminist dergilerinden biri" olması sebebiyle *Spare Rib*'in onsekizinci yaşını kutlamasını ve onun 'sert politik tavırları'nı öven bir yazı yayınlamasını Faludi dikkate değer bulur.[36]

1993'de *Spare Rib* kapandıktan sonra, 1985'de yayınlanmaya başlayan *Everywoman*, 1990'ların ilk yıllarında dönemin dergiciliğine benzer bir çizgiyi sürdürdü. Ancak Leonard'ın da belirttiği gibi, radikal çizgisini koruyan *Spare Rib*'e göre *Everywoman* daha ana akıma ait bir rakipti[37] ve varlığını ancak 1996'ya kadar sürdürebildi. Her iki dergi de ulusal dağıtım ağının içerisindeydi. Diğer yandan, *Women's Review* (1985), *Women's Studies International Forum* (1977), *Feminist Review* (1978) gibi akademisyenlerin önemli referans kaynakları olan bazı feminist dergiler güçlü konumlarını korudular. Bu yayınlar feminizmin aka-

[34] Susan Faludi, *Backlash*, (Londra: Vintage, 1992), s.137.
[35] Braithwaite, 1995, s.102.
[36] Faludi, 1992, s.138.
[37] Leonard, 1986, s.34-35.

demik boyutta gelişip önem kazandığına işaret eder; 1970'lerden beri feminizm farklı disiplinler tarafından önemli bir araştırma konusu olarak kabul edildi. Dolayısıyla, *Spare Rib* ve *Everywoman*'ın yok olup gitmesi, 1990'lardaki Britanya feminizmin statüsüne bağlanabilir: feminizm hızla teorik tartışmaların ve akademik yayınların konusu haline gelirken, popüler basın feminist söylemleri kendi içeriğine uydurarak kullanıyor, yani feminizmi popülerleştiriyor.

Türkiye'de Kadın Dergilerinin ve Piyasanın Gelişimi

Osmanlı ve Cumhuriyet Kadınları Kendilerini Yayınlarıyla İfade Ediyor

Birinci bölümde de vurgulandığı gibi, 19. yüzyılın sonunda Osmanlı İmparatorluğu'nda yaşanan modernleşme -ya da batılılaşma- süreci toplumun sadece politik yapısını değil, aynı zamanda tüm toplumu -eğitim, ekonomi, hukuki konular, kamusal yaşam- dönüştürmeyi hedefliyordu. Otoritelerin yanı sıra Osmanlı kadınlarının kendileri de toplumdaki konumlarını sorgulamaya başlamıştı. Kadın hakları ve kadının statüsü, özellikle İslami gelenek bağlamında, kamusal alanda yapılan tartışmaların merkezi haline geldi. Bu süreçte, Osmanlı kadınları seslerini dergiler[38] ve gazeteler[39] aracılığıyla duyurmaya başladı. 19. yüzyılın sonlarında yayınlanan en önemli dergilerden biri *Hanımlara Mahsus Gazete* idi. 1895-1908 yılları arasında yayınlanan bu dergi o döneme kadar yayınlanan en uzun ömürlü dergiydi.[40] Derginin önemli etkilerinden biri, ilk defa kadınların kendileri tara-

[38] İstanbul Kadın Eserleri Kütüphanesi'nden yedi kadın araştırmacı, Osmanlı'nın geç döneminde Osmanlıca yazılmış süreli yayınlar üzerine bir araştırma yaptı. *İstanbul Kütüphanelerindeki Eski Harfli Türkçe Kadın Dergileri Bibliyografyası*, derleyen Zehra Toska, Serpil Çakır, Tülay Gençtürk, Sevim Yılmaz, Selmin Kurç, Gökçen Art, Aynur Demirdirek, (İstanbul, Metis Yayınları, 1993).

[39] *Terakki*, 1868'de, kadınlardan gelen okur mektuplarına yer ayıran ilk gazete olarak bilinir. Bir sonraki yıl *Terakki* gazetesi, ilk Osmanlı kadın dergisi olarak kabul edilen *Terakki-i Muhadderat*'ı yayınlamaya başladı. Daha fazla bilgi için bkz. *Osmanlı Kadın Hareketi*, Serpil Çakır, (İstanbul: Metis, 1996), s.23-24.

[40] Çakır, 1996, s.27.

fından ve kadınlar için bilginin üretildiği ve yayıldığı bir forum oluşturmasıydı.

20. yüzyılın başında Batı'da feminist ideolojinin doğuşu, bu coğrafyada özellikle İstanbul gibi büyük şehirlerdeki "elit" kadınlar tarafından farkedildi ve bu kadınlar üzerinde uzun dönem etkisini hissettirdi. 1913'de *Kadınlar Dünyası*'nın yayınlanmaya başlaması, bu etkinin ve etkileşimin bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Dergi, Birinci Dünya Savaşı sırasında aksayarak yayınlandı, savaştan sonra ise 1920'ye kadar düzenli olarak yayınlandı. Dergi sayesinde ilk defa yurtdışındaki kadınlarla da işbirliği yapılabildi. *Kadınlar Dünyası*, erkeklerin yerine kadınları çalıştırmayı bir ilke olarak benimsemişti. Feminist bir araştırmacı olan Meral Akkent'in de belirttiği gibi, *Kadınlar Dünyası* "feminist talepleri dile getirmeye çalışan bir dergiydi";[41] Osmanlı'nın son dönemlerindeki feminist hareketi destekleyen bir dergi olarak görüldü. *Kadınlar Dünyası* okurları, kadın haklarını korumak amacıyla bir dernek kurma girişiminde bulunarak tepkilerini dile getirdiler. Dernek içerisinde gelişen tartışmalar ve talepler dergide yayınlandı; gündeme getirilen temel konular çokeşliliğin sona erdirilmesi ve İslami aile hukukunda, özellikle de erkeklerin leyhine işleyen boşanma yasasının değiştirilmesiydi.

Çakır, 20. yüzyılın ilk yirmi yılını kapsayan dönem içinde yayınlanan iki çeşit kadın dergisi olduğunu saptar. Bunlardan ilkinin sahibi ve yazarları sadece kadınlardı, ikincisinin ise hem sahibi hem de yazarlarının çoğu erkekti.[42] Çakır'ın incelemesi bu iki tür arasında temel bir farklılığa işaret eder: ilki kadınların taleplerini ve bakış açılarını temsil eder, ikincisinde kadınların toplumsal rolleri ataerkil değerler aracılığıyla tanımlanır.

Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte kadın dergilerinin sayısında belirgin bir düşüş görülür, bu da dolayısıyla kadınların seslerinin daha az duyulması anlamına gelir. Örneğin 1928-1940 yılları arasında yalnızca 13 kadın dergisi yayınlandı. Bunun iki temel nedeni vardır: ilki, yeni Türkiye Cumhuriyeti'nin reformlarından biri olan 1928'de Latin Alfabesinin kabülüdür. Harf devrimi, dö-

[41] Meral Akkent, 'History of the Women's Movement in Turkey', Aralık 1-4 1991, Bonn, Konferans Kitabı: *The Institutionalization of the Women's Movement: Opportunities and Risks*.

[42] Çakır, 1996, s.40.

nemin tüm yayınlarının önünde bir engel oluşturur. İkincisi ve daha önemlisiyse, kadınlara ev dışında iş bulma olanakları, oy kullanma, vs. gibi kamusal alanda erkeklerin sahip oldukları eşit haklar 'verildiği' için artık kadınların eşitlik mücadelesine gerek kalmadığına inanılır. Bu inancın devamı sonucu, kadın dergilerinin hem sayı hem de çeşitlilik açısından elli yıl boyunca sınırlı kaldığı görülür. Bu uzun dönemde, dergiler çoğunlukla kadınların aile içi sorumlulukları ve moda konularıyla ilgilendiler. Kadınların rolleri ve imajlarını neredeyse bütünüyle domestik bağlam içerisine oturtan, dergilerin, kadınların özel yaşamları üzerinde düzenleyici bir otorite olarak işlev gördüğü söylenebilir. 1980'lerin başına kadar, erkek egemen toplumda kadınların haklarını ve rollerini sorgulayan herhangi bir önemli feminist dergiye ya da kadın dergisine rastlanmaz.[43]

Değişen Sosyal ve Ekonomik Politikalar: Endüstrinin Oluşması

1980'lerin başında kadın hareketinin gelişmesiyle beraber Türkiye'deki kadın dergisi piyasasında bir dönüm noktası yaşandı.[44] 1980'ler, birinci bölümde incelendiği gibi, daha önceki yıllara kıyasla farklı bir toplumsal, kültürel ve ekonomik iklim yarattı ve bu da kadın dergilerinin mülkiyetlerinde, tirajlarında, ele aldıkları konularda ve mesajlarında yeni gelişmere yol açtı. Bu dönemden sonra kadın dergisi endüstrisi diğer tüketici dergileriyle birlikte hızlı bir gelişme göstererek medya holdinglerinin bir parçası haline geldi. 1980'ler ve 1990'lar hem piyasanın yapısında hem de mesajların veriliş tarzı ve içeriğinde değişimlere işaret eder; kadın dergilerinin kadınsılık tanımları ve kadın rollerinin temsilinde önemli değişimler görülür.

---

[43] Bu dönemin kadın dergileri hakkında daha fazla bilgi için bkz. Aslı Davaz-Mardin, 'Cumhuriyet dönemi Yeni Harfli Kadın Süreli Yayınları, 1928-1996', *Toplumsal Tarih*, Mart 1998, s. 15-25.

[44] Aslı Davaz-Mardin'e göre, 1928'den itibaren –yeni Türkçe ile- 195 kadın dergisi (sadece ticari yayınlar değil, kadınlar ve kadın konularıyla ilgilenen farklı kurumların yayınları da dahil) yayınlanmıştı. Her on yılı mercek altına aldığı çalışmasında 1980-1990 yılları arasında 44; 1990-1996 yılları arasında ise 63 yeni yayının Türkiye piyasasına girdiğini saptar. Davaz-Mardin, 1998, s.19-21.

Bir taraftan moda, örgü örme, nakış ve yemek gibi konular üzerinde yoğunlaşan bazı geleneksel kadın dergileri piyasadaki varlığını sürdürürken, diğer taraftan bu dönemde yayınlanmaya başlayan kadın dergilerinin çoğu, burjuva liberal söylemin biçimlendirdiği 'modern şehirli kadın'ına hitap etme eğilimi gösterdi. 1980'lerde yayınlanan dergilerden bazıları *Kadın*, *Kadınca*,[45] *Elele*, *Rapsodi*, *Marie Claire* ve *Vizon*'u kapsar. Bu dergiler okurlarını, moda, ev ve çocuk bakımının yanı sıra sağlık, iş bulma, eğitim, eşit haklar vb. konularda, kadınların 'yeni' hedefleri hakkında bilgilendirmeyi amaçladı. 1980'lerin ilk ve en etkili kadın dergilerinden biri *Kadınca*'ydı. Üçüncü bölümde ayrıntılı bir şekilde ele alınacağı gibi, feminist harekete sayfalarında geniş yer veren ve feminist eylemlerin takipçisi olan *Kadınca,* hareketin öncü sesi haline geldi. *Kadınca* ne geleneksel anlamda tipik bir gösterişli kadın dergisi, ne de feminist bir dergiydi, ikisinin birleşimi yeni bir türün öncüsüydü.

1980'lere kadar yayınlanan dergilerin hemen hemen hepsi yerliydi. Bu dönemden sonra hem yerel hem de yabancı dergilerin sayısı arttı. *Amica*, *Options*, *Cosmopolitan, Votre Beauté*, *Prima Donna* gibi bu yeni dergiler, öncekilerden daha sofistike, şık, renkli ve cazip görünüyordu. Bu ışıltılı dergiler yaşları 20-35 arasında değişen, genç, çoğu iş sahibi, 'özgür', dinamik ve toplumda kendine yer edinmiş 'entelektüel' şehirli kadına hitap ediyordu. 1996-1997 yıllarında Türkiye piyasasına dört yeni dergi, *Biba*, *Amica*, *I.M. Donnace* ve *Options* girdi ve bu dergiler çok kısa bir zamanda kadın dergisi piyasasının neredeyse dörtte birini kontrol eder hale geldi. Tüm bu dergiler iş kadını dergisi kategorisinde sınıflandırılabilir. Türkiye'de kadın dergisi piyasasında ve dolayısıyla okurlardaki bu gelişim, giderek artan sayıda (şehirli) kadının toplumsal konular, kadın kimliği ve kadın konuları hakkında bilgi ve fikir edinme yolu olarak kadın dergilerini tercih ettiklerini gösterir.

Britanya kadın dergileri için önerilen beş kategori Türkiye'deki dergilere de uyarlanabilir: moda ve stil, ev-kadınına yönelik dergiler, iş kadınına yönelik dergiler, genç kız dergileri ve

[45] *Kadınca* Aralık 1979'da yayın hayatına başladı, ama 1980'lerde yayınlanan dergilerle birlikte aynı kategoride yer alması pratik nedenlerden dolayı daha uygun görülmüştür.

feminist dergiler. Bunlara ek olarak, Türkiye'de farklı bir kadın dergisi türü daha vardır ki o da İslami kadın dergileridir. Bu kategorideki dergilerin diğer kategorilerdeki bazı dergilerle örtüştüğü düşünülebilir, ancak bu dergilerin içeriğini biçimleyen İslami söylemin etkisinden dolayı ayrı bir kategori olarak değerlendirilmesi gerekir. Diğerlerinden farklı olarak bu dergiler, İslam dininin değerleriyle oluşturulan bir kadın kimliği ve rolü sunar. 1980'lerin ortalarında piyasaya ilk çıktıklarından beri sayıları gittikçe artmaya başlayan bu dergilerden bazıları *Mektup*, *Kadın ve Aile* ve *Kadın Kimliği*'dir. Daha önce de belirtildiği gibi, bu yayınlar İslamcı kadınların görünür olma ve politikleşme mücadelesinde önemli bir rol oynadı.

Yeni Feminist Hareketi Biçimlendiren ve Yansıtan Feminist Dergiler

Türkiye'deki feminist dergiler üç grupta toplanabilir: Sosyalist/radikal feminist dergiler, Kürt kadınlar tarafından yayınlanan dergiler ve İslamcı kadın dergileri ki son kategorinin tek temsilcisi *Kadın Kimliği*'dir. Üçüncü bir kategori olarak *Kadın Kimliği*'ni feminist dergilere dahil etmek baştan çelişkili görünebilir, ancak Türkiye bağlamında bu dergi radikal bir İslami söylemi benimser ve İslamın ve kapitalist sistemin içerisinde var olan erkek egemenliğini eleştirir. Dergi çeşitli kadın sorunlarını ele alır ve İslami kurallar çerçevesinde kadınları 'özgürleştirecek' çözümler önerir.

1990'larda sosyalist/radikal feminist kategorisinde yer alan sadece iki dergi bulunur; iki ayda bir ama bazen de düzensiz yayınlanan *Eksik Etek* (1994) ve aylık bir feminist dergi olan *Pazartesi* (1995). Ulusal ölçekte dağıtılan tek feminist dergi olan *Pazartesi*'nin tirajı 1990'ların ortası itibarıyla 5000 civarındadır. Bir önceki bölümde ele alındığı gibi, çağdaş feminist dergilerin tarihi 1980'lerin sonlarına kadar uzanır. *Feminist* ve *Sosyalist Feminist Kaktüs*, yeni feminist hareketin sadece 'kadın konuları' üzerinde yoğunlaşan ilk bağımsız dergileridir. *Feminist* ilk olarak 8 Mart 1987'de Kadın Çevresi[46] tarafından yayınlandı. Son sayısı

[46] Kadın Çevresi ile ilgili daha fazla bilgi için bkz. Şirin Tekeli, '80'lerde Türkiye'de Kadınların Kurtuluşu Hareketinin Gelişimi', *Birikim*, No 3, Temmuz 1989, s. 38-9.

1990'nın Mart ayında olmak üzere yedi sayı yayınlandı. Mayıs 1988'de yayına başlayan *Sosyalist Feminist Kaktüs*, diğer feminist söylemlerden, özellikle de *Feminist* dergisinin ideolojik söyleminden farklı olduğunu ısrarla vurguladı. Bu dergiler ulusal ölçekte dağıtılmıyordu ancak 1980'lerde gelişen feminist tartışmalar bu iki dergi etrafında dönüyordu. Bu dergilerin yanı sıra, *Dolaşan Mavi Çorap* (1993) ve *Martı* (1994) gibi bazı feminist dergiler kısa bir dönem piyasada göründü.

1990'larda femimist söylemlerin çeşitlenmeye başlamasıyla beraber feminist yayınların ve eylemlerin çeşitliliği de arttı. Diğer feminist grupların yanı sıra Kürt feminist kadınlar da Türkiye'nin politika sahnesinde ve feminist tartışmaların içinde görünür hale geldi; yayınları *Jiyan* (1991), *Ji Bo Rizgariya Jinan* (1993), *Sena* (1994), *Roza* (1996) ve *Jutin*'i (1996) içerir.

İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Bölümü tarafından yayınlanan *Kadın Araştırmaları Dergisi* 1990'larda düzenli olarak yayınlanan tek akademik dergidir. Aşağıda piyasa ile ilgili rakamlarda da görüleceği gibi, söz konusu tüm feminist dergilerin genel kadın dergileri piyasasındaki pazar payı epeyce düşüktür.

Yayıncılar ve 1990'larda Piyasanın Durumu

1990'ların dağıtım rakamları kadın dergisi piyasasının genişlediğine işaret eder. Kadın dergilerinin sayısı üzerine kesin bir rakam belirtmek oldukça zor, yine de Davaz-Mardin'in araştırmasını baz alarak, 1990'ların sonunda Türkiye piyasasında kadınlara yönelik 70'in üzerinde dergi bulunduğunu söyleyebiliriz.[47] Ancak bu araştırmaya sadece ticari kadın dergilerinin değil, çeşitli kurumlar tarafından yayınlanan ve kadınlara yönelik degiler, gazeteler ve bültenlerin de dahil edildiğini belirtmek gerekir. Eğer yalnızca ticari kadın dergileri dahil edilirse bu sayı 50 civarında olur.

Britanya ve Türkiye'nin nüfusunun birbirine yakın olmasına rağmen, Britanya'ya kıyasla Türkiye'de dağıtım rakamları oldukça düşüktür. (Dağıtım rakamlarına göre Türkiye'de en çok satan

[47] Aslı Davaz-Mardin, *Kadın Süreli Yayınları Bibliyografyası: 1928-1996, Hanımlar Alemi'nden Roza'ya*, (İstanbul. Kadın Eserleri Kütüphanesi & Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, 1998).

15 tane aylık kadın dergisinin listesi Tablo 5'te yer almaktadır s.286) Bu farklılığın temel nedenleri sosyo-ekonomik, politik ve kültürel faktörlerle açıklanabilir: medya endüstrisinin, özellikle de özel yayıncılığın genişlemesi Türkiye'de görece olarak yeni bir gelişmedir; 1990'ların başına kadar nüfusun yaklaşık yüzde ellisi kırsal alanlarda yaşarken 2000'li yıllarda yaklaşık yüzde altmış beşi kentsel alanlarda yaşıyor (Batı ülkelerine göre yine de düşük bir oran); okuma yazma bilmeyenlerin oranı gelişmiş ülkelere kıyasla daha yüksek; yayıncılık endüstrisi Türkiye'de yeni teknolojilere yeterince yatırım yapamıyor. En çok satan kadın dergileri fiyat açısından değerlendirildiğinde, Türkiye'de Britanya'ya oranla daha ucuz olduğu görülür. Buradaki dergilerin fiyatları sterling olrarak düşünüldüğünde £0.80 ile £1.50 arasında değişir ki, iki ülke arasındaki yaşam standardının aynı olmadığı düşünülürse bu rakamlar şaşırtıcı değildir.

Medyada yaşanan oligopoli yönündeki küresel eğilim Türkiye'deki kadın dergisi yayıncıları arasında da görülür. Britanya'da kadın dergilerinin 1930'lu yıllardan beri uzun bir ticari başarı göstermesine rağmen, Türkiye'de kadın dergisi yayıncılığı ancak 1980'lerden itibaren başarılı bir ticari girişim haline gelmeye başladı. Britanya örneğinde olduğu gibi, kadın dergisi endüstrisinde yoğunlaşma stratejisi burada da kendini gösterir. Şirket evlilikleri ve devir-teslimlerle büyüyen bir kaç medya şirketi piyasaya egemen olmaya başladı. *Milliyet*, *Hürriyet*, *Sabah* (Bir Numara Yayıncılık) ve Şov Medya Grubu, 1990'ların ortaları itibarıyla en büyük kadın dergisi yayıncılarıydı. Türkiye'deki diğer pek çok medya sektörünü de elinde tutan *Hürriyet* ve *Milliyet* 1997'nin sonunda birlikte Birleşik Yayıncılık ve Dağıtımcılık Ltd. Şirketini kurdu. Bu dönemde piyasada daha küçük ölçekli, Intermedya ve Interpress Yayıncılık gibi kadın dergisi yayıncıları da vardı. 1990'larda büyük şirketler tarafından yayınlanan ve iyi bilinen bazı dergiler şunlardır:

Milliyet
Kim (iş kadını)
Hey Girl (genç kız dergisi)
Votre Beauté (moda ve stil)
Elite (moda ve stil)

Sabah
Cosmopolitan (iş kadını)
Viva (moda ve güzellik)
H. Bazaar (moda ve güzellik)
Vizyon (moda ve güzellik)

Hürriyet
Marie Claire (iş kadını)
Elele (moda ve stil)
Klips (iş kadını)
Fame (moda ve stil)

Burada yapılan analizler, kadın dergilerinin toplumsal bir kurum ve ekonomik bir fenomen olarak kadınların değişen yaşam koşullarına ve taleplerine nasıl karşılık verdiğini gösterir. Kadın dergilerinin hem toplumsal gelişmeleri göz önüne alarak söylemlerini koşullara uygun hale getirdiği, hem de okuyucuların kadın kimliği ile ilgili beklentilerini biçimlendirip onları etkilediği görülür. Nitekim, kadın dergilerinin toplumsal ve ticari etkilerinin altında yatan en önemli unsur, yıllar içerisinde değişerek gelişmelere kendilerini adapte eden mesajlarıdır. Bu değişim sürecinde editörlerin rolü ne olmuştur? Bu soru, dergilerdeki metinleri kimin ürettiğini incelememizi gerektirir; bu kişiler kimlerdir, kararlar nasıl alınıyor gibi konuları incelemek aynı zamanda feminizmin popülerleştirilmesi sürecinde kullanılan stratejilerle ilgili kuramsal çalışmalar yapılmasını sağlayacaktır.

Bu kitapta vurgulanan en önemli konulardan biri, editörlerin, kadınsılığın temsilindeki değişimin ve genişleyen dergi piyasasının ayrılmaz bir parçası olduğudur. Dolayısıyla, editörlerin kendilerini incelemeden, dergilerin kadınsılığa/feminizme ve ticari değerlere olan yaklaşımları tam anlamıyla analiz edilemez. Bu bakış açısı bizi, dergilerin üretiminden sorumlu olan kadın gazetecilerin ve editörlerin feminizmle olan ilişkilerini değerlendirmeye götürür. Bu nedenle, üretim sürecinde editörlerin rolünün ve sorumluluklarının neler olduğu, analiz edilen dört derginin editörleriyle yapılan görüşmeler çerçevesinde aşağıda incelenecektir.

Kadınlara Yönelik Popüler Kültür Metinlerini Yaratan Kadınlar: Editörler

Üretim Sürecinde Editörlerin Sorumlulukları

Bu kitapta incelenen kadın dergilerinin editörlerinin hepsi kadındır. Kadınlar çeşitli coğrafyalarda kadın dergiciliğinin başlangıcından beri yayıncı, editör, yazar ve okuyucu olarak dergi endüstrisinde aktif rol üstlendiler, dolayısıyla bu yeni bir eğilim değildir.[48] Yıllar boyunca kadınların üst düzey yönetim pozisyonlarında çalışmaları, kadın dergisi yayıncılığı sektörünü medyanın diğer sektörlerinden ayıran belirgin bir özelliktir.

Üretim sürecinin her aşamasından sorumlu olan ve yayın için son kararı veren editörler, derginin yönetim yapısı içerisinde en üst düzeyde yer alırlar. *Cosmopolitan*'ın editörü Linda Wood, editör olarak görevini şöyle tanımlar:

> *"Benim görevim dergi içindeki farklı bölümlerin işlerini en uygun biçimde yapıp yapmadığını denetlemek... Derginin zamanında çıkmasını ve harcamaların bütçeye uygun olarak yapılmasını sağlıyorum... Ofisin tüm iç işlerini yönetiyorum... Temel görevlerimden biri çıkardığımız her nüshayı inceleyerek herşeyin doğru bir şekilde yapıldığından emin olmak. Planlama aşamasında da yer alıyorum. Gelecek sayıyı tartışmak için planlama toplantıları yapıyoruz ve ekip olarak birlikte ortaya bütünlüklü bir plan koymaya çalışıyoruz... Ayrıca, diğer editörler, sanat yönetmeni ve moda yönetmeni arasındaki koordinasyonu sağlıyorum."* (Mülakatlar, s.251)

Görüşülen tüm editörler dergiyi yönetirken, çalışanları seçerken ve içerik hakkındaki son kararı alırken tüm kontrolün kendi

---

[48] Örneğin, ilk kadın dergilerinden biri olan *Kadınlar Dünyası*, kural olarak bünyesinde yalnızca kadınları istihdam etti. Amerika'da, 1787 gibi erken bir tarihte bile dergilerde kadınlardan gelen mektuplar yayınlanıyor, makalelerin yazarları kadın olabiliyordu. 19. yüzyıl başlarında kadınlar piyasada daha da aktif olmaya başladılar. Örneğin, Sarah Josepha Hale, ilk büyük dergilerden biri olan *Ladies' Magazine*'i 1828'de kurdu ve editörlüğünü yaptı. Sammye Johnson, 'Magazines: Women's Employment and Status in the Magazine Industry', Pamela J. Creedon (der.), *Women in Mass Communication* (ikinci baskı) (Kaliforniya: Sage, 1993) içinde, s.134-153, (s.134).

ellerinde olduğunu belirtmektedir. Editörlerin sorumlulukları hakkında söyledikleri sözler, hem Britanya hem de Türkiye'deki editörlerin, dergilerin üretim sürecini bütünüyle kontrol etmek açısından eşit güce sahip olduklarını gösterir. Ancak Britanya kadın dergilerindeki bölümlerin çeşitliliği, *Cosmopolitan* ve *New Woman*'ın *Kim* ve *Kadınca*'ya göre daha sofistike ve profesyonel bir ortamda üretildiğine işaret eder.

Editörlerin hepsi, yalnızca reklam ve promosyon konularının tamamen kendi kontrollerinde olmadığını dile getirirler. Okuyuculara uygun ürünlerin reklamını almak için üst düzey yöneticileri etkilemeye çalıştıklarını belirten editörler, bu alanda son sözü söyleyen kişinin her zaman yayıncı olduğunu vurgular. Dolayısıyla, yazarlar, editörler ve dergi sahipleri arasındaki karmaşık güç ilişkileri, bazen derginin içeriği ile reklam politikası arasında çelişkilere yol açabiliyor. Editörlerle yapılan mülakatlar, Türkiye'de yayınlanan dergilerde bu tür çelişkilerin sık yaşandığını gösterir: bir yandan yazılı metinlerde feminist değerlerin önemi vurgulanırken, diğer yandan reklamlar kadınları çoğunlukla geleneksel rolleri içinde temsil eder; reklamların bu temsil biçimleri kaçınılmaz olarak sterotip ve cinsiyetçi kadın imajlarının yeniden üretilmesine yol açar. Bu tür çelişkilerin kadın dergisi sektörünün piyasa ekonomisinden, yani ticari kaygılardan kaynaklandığını bir kez daha vurgulamak gerekir.

Okuyucu sayısını artırmak kadın dergilerine ancak dolaylı yoldan kâr getirir. Fazladan yapılan her satışın derginin kâr marjını artıracağı anlamına gelmez. Bir dergi esas olarak, reklamverenlerin, derginin tirajına bağlı olarak belirlediği, reklam başına yapılan ödemelerden kâr elde eder. *Kadınca*'nın 1998'de yayından kaldırılmasının esas nedeni, artık derginin maliyetini karşılamaya yetecek sayıda reklamverenin olmamasıdır. Türkiye'de büyük medya şirketleri reklam maliyetlerini düşürmek için kendi reklam ajanslarını kurma eğilimi gösterir. Bu yöntem şirketler için daha kârlı olduğu için çoğunlukla kendi ürettikleri reklamları yayınlamayı tercih eder ve genellikle kendilerine ait olan tüketici dergilerini mali açıdan desteklerler. Görece küçük bir yayınevi tarafından yayınlanan *Kadınca*, rekabetçi kapitalist piyasa kurallarının hâkim olduğu bir ortamda varlığını sürdüremedi. Bu konuya son bölümde tekrar geri dönülecektir.

Eleştirel Kadını/Feminist Kültürün Üretilmesinde Editörlerin Rolü

Editörlerin hepsi kendilerini feminist olarak tanımlıyor,[49] özellikle de Türkiye'deki editörler, feminist konularla ilgili güçlü duygularını açıkça ifade ediyor. Türkiye'deki editörlerin kişisel deneyimleri, feminizmle olan ilişkileri ve kadın konularına gösterdikleri sorumluluk Britanyalı editörlerden oldukça farklıdır. Her şeyden önce Asena ve Kazancıbaşı, Türkiye'deki çeşitli feminist çevrelerde ve medyada saygı gören feminist bir kimliğe sahipler. Asena, ayrıca feminist aktivist, yazar ve gazeteci geçmişiyle de kamuda çok iyi tanınan bir kişidir. Ses getiren ilk kitabı *Kadının Adı Yok* 1987'de çıktı ve uzun bir süre sadece Türkiye'de değil, aynı zamanda Yunanistan'da da çok satan kitaplar arasında yer aldı. Kitap, cinsel deneyimler, duygular, pişmanlıklar ve kızgınlıklarla ilgili yazılmış anılardan oluşan kısmen otobiyografik bir çalışma olarak görüldü. Bazı feminist çevreler tarafından Türkiye'nin ilk feminist manifestosu kabul edilir. Kitabın ve yazarın popülaritesi kaçınılmaz olarak Asena'nın o dönemde editörlüğünü yaptığı *Kadınca*'nın popülaritesini de etkiledi.

Asena, uzun yazarlık ve dergicilik kariyerinden sonra kadın dergileriyle ilgili düşüncelerini şu şekilde ifade eder:

> *"... Kadınlara kendileri ve içinde yaşadığımız toplum hakkında bir şeyler öğretir. Amacım, onları düşünmeye ve içinde yaşadığımız ataerkil toplumda karşılaştıkları haksızlıkları sorgulamaya teşvik etmek. Hoş ve eğlenceli şeylerin yanı sıra ciddi konuları da ele alıyoruz - yaşamın her alanında karşılaştığımız toplumsal cinsiyet eşitsizliği gibi."* (Mülakatlar, s.271)

Kazancıbaşı *Kadınca*'nın tarzı hakkında konuşurken, kendi feminist düşüncelerinin derginin söylemini etkilediğini ve okuyucuya olan sorumluluğunu açıkça ifade eder:

> *kadınlara kendi ayakları üstünde durmalarını, haklarını bilmelerini, eğitime önem vermelerini, ev-dışı işlerde çalışmalarını ve demokratik örgütlerde, STK'larda çalışmalarını, politikaya katılmalarını söylüyoruz... Kadınların kendi hakları için*

[49] Editörlerle yaptığım mülakatlarda hepsi kendi feminizm tanımını yaptı ve çalıştıkları kadın dergilerinde feminizmle ilgili kendi düşüncelerini yansıttıklarını belirtti.

mücadele etmelerini ve evde kalıp hiçbir şey yapmamayı reddetmelerini destekliyoruz, çünkü yaşamlarını ancak bu şekilde kontrol edebilirler. Dergide verdiğimiz bu mesajlar kadınların toplumsal statüsüyle ilgili konulardır. Diğer mesajlar ise kadınların özel yaşamlarını, hissettiklerini ve duygularını kapsar. Kendinden emin, örneğin bedeniyle barışık ve mutlu bir kadın kimliği sunuyoruz..." (Mülakatlar, s.263)

Kazancıbaşı bu mesajların kendi feminizm anlayışıyla örtüştüğünü söyler. Asena ve Kazancıbaşı, feminizmi genel olarak "kadınların eşit haklara sahip olabilmeleri için verdikleri mücadele" olarak tanımlar. İkisi de kendisini feminist hareketin belli bir akımıyla ya da herhangi bir "izm"le özdeşleştirmek istemediklerini belirtir; ama yine de kendi çizgilerini liberal feminist düşünceye yakın görürler. Öte yandan, Britanyalı editörlerin feminizme olan yaklaşımları, onları liberal ve postfeminist bakış açılarının arasında bir yerde konumlandırır. Örneğin, Wood'a göre bir feminist, kadınların ve erkeklerin eşit haklara sahip olması gerektiğine inanan biridir: "kadın ve erkeklerin cinsiyetleri farklı ama hakları eşit olmalı" der. Baker'ın feminizm tanımı da, günümüzde feminizmi, kadınların tercih hakkına sahip olmasından ibaret gören popüler postfeminist tartışmalarla paralellik gösterir; şöyle der: "feminizm geniş anlamda kadınlara seçebilme hakkının verilmesidir." (Mülakatlar, s.257). Her ikisi de bu düşüncelerini *Cosmopolitan* ve *New Woman*'da yansıttıklarını öne sürer. Ancak Baker'ın da belirttiği gibi bu düşünceler üstü kapalı bir şekilde ifade edilir:

"... belki haklı nedenlerle belki de değil, düzenli olarak feminizm hakkında yazmaya ihtiyacımız olmadığını hissediyoruz. Feminst anlayışımız yazılarımızın içinde zaten hissediliyor. Feminizm bu ülkede acayip, neredeyse kötü, kaçınılması gereken bir kelime olarak görülüyor. Birine 'ah erkeklerden nefret ediyorsun' demek gibi bir şey" (Mülakatlar, s.258).

Baker için dergi, kadın hakları, kadınların duyguları, iş yaşamları ve ilişkileri hakkında yazmaları için bir platform olarak görülür. Diğer taraftan Kazancıbaşı'na göre, *Kim* ve *Kadınca* bu amaçların ötesinde, kadınlar için bilinç-yükseltme kaynaklarıdır; "eğer aile içi şiddete veya cinsel tacize uğrarsanız bunları kaderiniz olarak kabul etmeyin... Bu tür şeyleri yaşamak normal veya

doğal değildir" gibi mesajlar verdiklerini belirtir (Mülakatlar, s.265).

Görüşülen editörlerin hepsi, kadının ekonomik özgürlüğünü 20. yüzyılın ikinci yarısının en önemli toplumsal değişimlerinden biri olarak görür. Onlara göre, ekonomik özgürlük kadınlara eşitlik, bağımsızlık ve her alanda özgürlük veren bir gelişmedir. Yine de Baker'ın belirttiği gibi, daha uzun mesai yapan ve daha az iş güvenliğine sahip olan kadınlar, hâlâ erkeklere göre az maaş alıyor. Baker, ayrıca kadınların yaşamlarındaki cinsel ve duygusal değişimlerin önemine de dikkat çeker. Dört editör de, kadın dergilerinin toplumsal değişimlere karşılık verdiğini ve yeni gelişmelere kendilerini adapte ettiklerini belirtir. Örneğin, Kazancıbaşı, dergilerin içeriğinin biçimlenmesinde editörün bakış açısı kadar toplumda meydana gelen sosyal değişimlerin de etkili olduğunu iddia eder. Hem Asena hem de Kazancıbaşı, *Kadınca*'nın Türkiye'deki feminist hareketi nasıl önemsediğini ve 1980'lerde hareketin önemli bir kaynağı haline geldiğini vurgular. Dergilerde işlenen yeni konular söz konusu olduğunda ise, çağdaş feminist politikanın yanı sıra 1980'lerin ortasından itibaren kadın dergilerinin yeni ilgi alanları olarak sağlık, çevre, spor, kariyer, erkek ve erkeksilik gibi konuları ele aldıklarını söylerler.

Editörlerin Karakteristik Özellikleri Feminist Politikanın Geleceği Açısından Neler Vaat Ediyor?

Britanyalı editörlerin yaşları göz önüne alındığında, dergilerin hedef kitlesi olarak belirlenen 25-35 yaş grubu arası okuyucuyla aynı yaş kategorisinde oldukları görülür. *Kim* ve *Kadınca*'nın okuyucuları ise üniversite öğrencilerinden orta yaşa kadar geniş bir yelpaze gösterir, ama yine de okuyucuların 20-30 yaş grubu arasında yoğunlaştığı söylenebilir. Bu da, Türkiye'deki okuyucuların çoğunun dergi editörlerden daha genç olduğuna işaret eder. Ancak, dergilerde çalışan ekibin geneli düşünüldüğünde, çalışanların hedef kitlesiyle yaklaşık aynı yaşlarda olduğunu söylemek gerekir. Aynı yaş kategorisinde yer almak bir ölçüde, dergileri üretenlerle okurların benzer deneyimlere sahip olduğuna işaret eder. Böylelikle dergiler, genç, orta sınıf, heteroseksüel kadınların ortak ilgi alanları ve sorunları hakkında fikir alışverişinde bulunabilecekleri ve deneyimlerini paylaşabilecekleri bir araç

olarak görülebilir. Örneğin, Wood toplantılarda iş arkadaşlarıyla bazen kendi deneyimlerini paylaştığından ve bu paylaşımda dile getirilen konuların geleçek sayının gündemini belirlemede ilham kaynağı oluşturduğundan söz eder.

Editörlerin hepsinin gazetecilik geçmişi bulunmaktadır. Şu andaki işlerinden ayrıldıkları takdirde, ya editör olarak başka bir dergide çalışmaya devam etmeyi ya da gazetecilik yapmayı istediklerini belirtirler. Nitekim 1998'in sonunda *Kim*'den ayrıldıktan sonra Asena, aynı medya şirketi tarafından yayınlanan tüm tüketici dergilerinin koordinatörü olarak çalıştı; 1998'de *Kadınca* yayından kalktığında, Kazancıbaşı özel bir televizyon kanalı olan Show TV'ye geçip gazeteci olarak çalışmayı tercih etti. Kariyerlerindeki bu gelişmeye bakıldığında, hem Asena hem de Kazancıbaşı oldukça rekabetçi ve erkeklerin egemen olduğu medya sektöründe, kariyerlerini daha önceki pozisyonlarından biraz daha güçlü bir konumda devam ettirdikleri görülür. Editörlerin kariyerlerine medya sektöründe devam etmeleri, Türkiye'deki feminist politikalar açısından olumlu bir portre çizer; çünkü her ikisi de yapılan mülakatlarda feminist düşüncelerini şimdiki ve gelecekteki işlerine yansıtabileceklerine inanırlar.

Sonuç olarak, bu bölümde ele alınan kadın dergilerinin gelişimi ve üretim sürecinde editörlerin rolünün incelenmesi *Cosmopolitan*, *New Woman*, *Kim* ve *Kadınca*'nın içinde üretildiği tarihsel perspektifi, piyasayı ve sosyo-politik ve kültürel bağlamı anlamamızı sağlar. Bu yaklaşım, kadın dergilerinin bir popüler kültür formu olarak parçalanmış ve çelişkili yapısı üzerine kapsamlı bir inceleme yapılmasını mümkün kılar. Dergi analizlerine geçmeden önce aşağıda bu dergilerin tarihi gelişimleri gözden geçirilecektir.

Cosmopolitan, New Woman, Kim ve Kadınca'nın Tarihsel Gelişimleri

Söz konusu dergilerin hepsi ticari kadın dergileridir. Hem kapakları hem de içindeki sayfalar görsel olarak tüketime yönelik hedonist davranışları teşvik eder ve yayınladıkları reklamlar ışıltılı, göz alıcıdır. Geleneksel olarak oluşturulmuş kadın dergisi paternlerini takip ederler. Örneğin, 1983 yılında *Cosmopolitan*'ın

editörlüğünü yapan Deirdre McShary kendisiyle yapılan bir röportajda derginin içeriğini şöyle tanımlar:

"... cinsellikle ilgili bir yazı ve altı duygusal yazı, ve ardından bir olumsuz bir de olumlu yazı. Yemek pişirmeye benzetebiliriz, bir çeşit yemek tarifi... okuyucular dergide nelerin olacağı konusunda belli bir fikre sahip... Bu bir çeşit güven unsuru... Fakat her zaman onları şaşırtacak ilginç şeyler sunmak gerekir, gerçekte işlerin yürümesini sağlayan da budur."[50]

Dergilerdeki reklamlar, çoğunlukla stratejik olarak makalelerin konularıyla bağlantılı ve okuyucuların farketmesini sağlayacak bir biçimde yerleştirilir. Yazılarda ortak bir yapı söz konusudur: Öncelikle kişisel bir sorun ortaya konur, daha sonra bu sorun 'uzman' görüşlerden 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.

Özetle, kadın dergileri içerikleri açısından pek çok ortak özellikler gösterir, ama aynı zamanda rakiplerinden farklılıklarını da ortaya koymaya çalışırlar. Üçüncü bölümdeki dergi analizlerinin de işaret ettiği gibi, dergilerin kadın konularını ele alma tarzları ve bağlamları, geniş dergi skalası içerisinde bu dergilerin kendilerine özgü yanlarını ortaya koyar. Bu nedenle, dergilerin detaylı analizine alt yapı oluşturması amacıyla söz konusu dergilerin tarihlerine kısaca bir göz atmak yararlı olacaktır.

Cosmopolitan

Konu başlıkları: Makaleler, iş yaşamı, moda, sağlık ve güzellik, seyahat, yaşam ve yiyecek, yarışmalar ve hediyeler, düzenli olarak yayınlanan bölümler. Bazen 'öyküler' ya da 'hediyeler' başlıklı yayın kuşakları da dahil edilir. Bunlara ek olarak, dergi-

[50] Janice Winship, *Inside Women's Magazines*, (Londra: Pandora, 1987), s.100.

nin okuyucularının övgülerine olduğu kadar şikayetlerine de yer ayırmaya çalıştığı "Sevgili *Cosmopolitan*" başlıklı bir sayfası vardır.

Cosmopolitan Britanya'da 1972 yılında yayın hayatına başladı ve Braithwaite'ın belirttiği gibi "savaş sonrasında Britanya'daki dergi yayıncılığı endüstrisinin en büyük başarısı"[51] haline geldi. Derginin sahibi, Britanya'daki diğer altı popüler derginin de sahibi olan, endüstrinin en büyük şirketlerinden biri National Magazines Co. Ltd.'tir.[52] Britanya'da yaşları 20 ile 35 arasında değişen kadın okuyucu kitlesine hitap eden dergiler arasında en çok satan dergilerden biridir. Okuyucularının çoğu bekar ve orta sınıftır. *Cosmopolitan*'ın tasarımı ve kimliği diğer dergilere göre farklıdır: Daha fazla okunacak malzeme sunar ve modadan yemek yapmaya kadar her konuda sunulan görsel malzeme okuyucuyu düşünmeye ve onlar hakkında yorum yapmaya davet eder.

Editör giriş yazısında dostça ve yumuşak bir dil kullanarak içerik hakkında yorum yapar, bir kaç konuda kişisel görüşünü belirtir ve dergi çalışanlarından ve o sayıya katkıda bulunanlardan söz eder. Yeni birinin işe alınması gibi özel durumlar olmadıkça kişisel herhangi bir görüş belirtmez. Dergideki yazıların çoğu, dergiye dışardan yazan bağımsız yazarlar tarafından yazılır, bu nedenle dergide ifade edilen görüşlerin önemli bir kısmı doğrudan *Cosmopolitan*'a ait değildir. Bu strateji sayesinde *Cosmopolitan*'ın birçok kişiyi bir araya getiren ve onların (belli ölçüde) istedikleri gibi konuşmasını sağlayan bir alan yarattığı söylenebilir ki, bu da *Cosmopolitan*'ın çoğulcu söylemini oluşturur. Aynı özellikler *New Woman*'da da gözlemlenir. Yine de yayın için seçilen yazıların, dergilerin genel yayın politikasına uygun olan yazılar arasından seçildiğini burada tekrar vurgulamak gerekir.

Cosmopolitan'ın kadın konularına yaklaşımında bariz çelişkiler görülür. Winship'in de belirttiği gibi, *Cosmopolitan*'ın ticari başarısının bir anahtarı varsa o da çok çeşitli görüşler sunmasından kaynaklanan çelişkileri kucaklaması ve kadın konusunda birbiriyle çatışan görüşleri dile getirmesidir.[53] Kadın hareketinin yanında yer aldığı gibi bazen de karşısında olabilir, erkeklerin problemlerine

[51] Brian Braithwaite, *Women's Magazines: The First 300 Years*, (Londra: Owen, 1995), s.112.
[52] (a.g.e.), s.160-61
[53] Winship, 1987, s.102.

sempatiyle yaklaşabilir ya da onlara karşı çok eleştirel davranabilir. Evlilik bazen onaylanır, bazen de kınanır. Bu birbirine zıt görüşler, ciddi ya da eğlenceli farklı tarzlarda sunulur ama her zaman kadınların sorunlarına karşı duyarlı olmaya çalışır.

Cosmopolitan ilk yayınlanmaya başladığı yıllarda söylemini devrimci olarak değerlendiriyordu: kadınsılığı övdüğü gibi 1960'larda kadın olmanın zorluklarını da dile getirdi. 1970'lerin başında piyasanın genişlemesinde önemli bir etken olan, yani spesifik olarak özellikleri tanımlanmış belli bir okuyucu kitlesiyle ilk kez karşılaşan dergilerden biriydi. *Cosmopolitan* açık sözlü, seksi ve cesurdu; yayınlanmaya ilk başladığı dönemde geleneksel toplumsal cinsiyet rollerini temelden sarstı ve bu tavrıyla diğer tüm saygı duyulan kadın dergilerinin önünü açtı.[54] Editörü Norwood tarafından yapılan bu açıklama, *Cosmopolitan*'ın yıllara yayılan tarihini ve piyasa içindeki önemli rolünü özetler. Norwood'un aşağıdaki sözleri, *Cosmopolitan*'ın 1970'ler ve 1980'lerdeki feminist politikaya verdiği tepkiyi ve feminizle olan ilişkisini göstermesi açısından önemlidir.

> *"1972'de yayınlanmaya başladığında, Cosmopolitan eşi benzeri bulunmayan bir cinsel özgürleşme mesajı verdi. Derginin ilk sayıları özgürleşmenin ekonomiyle değil tamamen cinsellik yoluyla gerçekleştiğini gösterir... 1980'lerin başında Cosmopolitan cinselliği ve politikayı birleştiriyor ve hamilelikten korunma yöntemlerine kadar çeşitli konuları ele alarak öncü bir yaklaşım sergiliyordu. Kadınların güçlendirilmesinde ve bilinçlendirilmesinde önemli bir rol oynadı. Kadınların kariyerleri konusunda ayrı bir çalışma bölümü bile oluşturmuştu."* (*Cosmopolitan*, Kasım 1995)

Cosmopolitan'ın eski editörlerinden olan Marcelle d'Argy, son yazısında *Cosmopolitan*'ını şu şekilde tanımlar:

> *"Kadın bilinciyle iç içe geçmiş, neşeli bir görünümü ve mizah anlayışı olan bir dergi. Üstelik kadınları her türlü girişimlerinde destekleyen ve yüreklendiren bir felsefeye sahip olan tek dergi. Bekar kal, evlen, beraber yaşa, çocuk sahibi ol, çocuk sahibi olmamayı seç, senden çok şey talep eden bir iş hayatına atıl, rahat bir tempoda çalışmayı seç –ya da yaşamın farklı*

[54] *Cosmopolitan*, Kasım, 1995, Başyazı.

zamanlarında bunların herhangi bir kombinasyonunu yaşayeterki potansiyeline uygun şeyleri seç ve seçtiğin yaşamı kendin yönet. Eğer Cosmopolitan bir efsane olduysa, bu çok özel okuyucu kitlesinin kişiliklerini ve arzularını yansıttığı içindir."[55]

Dergide yayınlanan makalesinde Smith, doksanların kadın kimliğini yansıtan özelliklerin *Cosmopolitan*'ın oluşturduğu kadınsı niteliklerle örtüştüğünü öne sürer:

"Cosmo kadınını özel yapan şey, doksanlar kadınını da özel yapan şeydir. Bilmek, öğrenmek, anlamak ve olduğundan daha iyi olmak ister... Bu tür bir istek ve kararlılık harika bir şeydir ve hafife alınmamalıdır... Arkadaşlar, sevgililer, aile, iş, cinsellik, eğlence –Cosmo gerçekten önemli olan şeylerle ilgilenir. Bunlar hepimizin yaşamını dolduran şeylerdir." (Eylül, 1995)

Yazar makalesini şöyle bitirir: "Sevgili Okuyucu, olmayı ümit ettiğin her şeyi ol, uzun yaşa ve kendini geliştir. Kendinden kuşkuya düştüğünde, ayakkabı al". Bu ifadesinde Smith kadın olmayı tüketicilikle özdeşleştirir ki popüler kültürde kadınsılık imgesi genellikle bu şekilde inşa edilir. Sonuçta, dergi kapitalist pazara hizmet eden ticari bir üründür. Diğer dergiler gibi hem ticari bir nesne hem de bir reklam aracıdır, okuyuculara çeşitli tüketim malları sunar. 'Cosmo kadını'nın temsili, feminizmin ticari ve popüler söylemler içerisine nasıl ticari bir değer olarak inşa edildiğinin gerçeğini ortaya koyar.

Cosmopolitan, gücün bireysel olduğu konusunda okuyucularını ikna etmeye çalışır. 'Biz'den ziyade 'ben'e vurgu yapar. Rekabet ideolojisini ve bireysel başarıyı destekler, örneğin, altbaşlıklarından birinin adı 'yarışmalar ve hediyeler'dir. 'Kadınları güçlendirme' fikri feminist ideolojiden ilham alınarak oluşturulmuştur, ancak *Cosmopolitan* bu söylemi bireysel başarıları teşvik etmek için kullanır. Feminist değerlerin popüler ve ticari söylemlerin içine yedirilme şekli, feminizm olgusunun kapitalist sisteme yarar sağlayacak şekilde nasıl yeniden tanımlandığına dair deliller sunar. Açıkça görünen o ki, feminizmin bu şekilde popülerleşmesi, 1970'lerin kadın kurtuluş hareketi tarafından formüle edilen 'kızkardeşlik' etosuna zıttır.

---

[55] *Cosmopolitan*, Eylül, 1995, s.8.

New Woman

Başlıklar: Makaleler, sağlık ve güzellik, pembe sayfalar (kendinizi iyi hissetmeniz için rehber), erkekler, moda ve her sayıda düzenli olarak yayınlanan bölümler. 'Erkekler' bölümü *Cosmopolitan*'da olmayıp da *New Woman*'da olan tek bölümdür. 'in the pink' olarak adlandırılan bölüm konu itibarıyla *Cosmopolitan*'daki iki ayrı bölüm olan kariyer ve yaşam ve yiyecek bölümlerine denk düşer. *Cosmopolitan*'da olan yarışmalar ve öyküler bölümleri *New Woman*'da yer almaz.

New Woman da *Cosmopolitan* gibi Amerika'dan ithal edildi ve 1988'de Britanya'da yayınlanmaya başladı. *New Woman*, Britanya'ya kadın dergisi alanındaki ilk girişimi olan Murdoch tarafından getirildi. Bu dergi Hachette/EMAP Dergileri Ltd. ve Murdoch Dergileri arasında ortak bir Britanya ve yabancı sermaye girişimidir. Braithwaite *New Woman*'ın görünüm olarak ABD'de *Cosmopolitan*'a benzer bir dergi olarak başlatıldığını, ancak mali açıdan yeterince desteklenmediğini belirtir.[56] Önce Amerika'da sonra da Britanya'da feminist söylemleri kullanarak bir alternatif oluşturmaya çalışan[57] *New Woman*'ın ilk sayısında editör dergiyi ve okuyucusunu şu şekilde tanımlar:

> *"New Woman eğlenceli, ürkütücü bir yanı olmayan –süper kadın mitinden daha yumuşak ve daha kadınsıdır. Bir yandan güçlü yöneticilik vasıflarıyla merdivenleri yukarı doğru tırmanırken, diğer yandan ideal bir aileyi yürüten, çocuklarını iyi yetiştiren ve mükemmel bir sevgili olan, bütün bunların yanı sıra da aerobik derslerine devam eden güçlü kadın yanılsamasından bu yana bir hayli yol katettik. Artık, bu kadın imajının –evli ya da bekar, her gün evini, kocasını ya da sevgilisini, çocuklarını, arkadaşlarını ve işlerini dengeleyen kadınlar– medyanın hayalgücünün bir uydurması olduğunu ve gerçekle ilgisi olmadığını söylemekten korkmuyoruz. Hepsine birden sahip olamayacağımızı bilecek kadar gerçekçi ama elimizden gelenin en iyisini yapmayı önerecek kadar iyimseriz."* (Ağustos 1988).

---

[56] Braithwaite, 1995, s.138.

[57] Ellen McCracken, *Decoding Women's Magazines: From Mademoiselle to Ms.*, (Londra, Macmillan, 1993), s.216.

Derginin kadınlar için mitler oluşturma konusunda medyanın rolünün altını çizmesi ve bu bakış açısını 'gerçek' kadınları ve onların yaşamlarını yansıtmadığı için eleştirdiğini gözlemlemek oldukça ilginç bir gelişme. En başından beri *New Woman*, hem makaleler hem de işlenen konuların genelinde gerçek kadınların yaşamlarıyla ve gerçek sorunlarla ilgilendiğini vurgular. Örneğin 'gerçek-yaşam eşleri' başlıklı bir yazı, çiftlere zorlukların nasıl üstesinden gelebilecekleri ya da yaşam ve sorunlarla nasıl baş edebileçekleri konularında önerilerde bulunur. Başka bir bölümde ise '29'unda yetim kaldı', 'iki (lezbiyen) kadının bir aile olabilmek için cesur mücadelesi', vs. gibi eşine ender rastlanan toplumsal ve duygusal sorunlarla ilgilenen gerçek yaşam hikâyelerini ele alır. Bu konuların içeriği ve işleniş biçimi birbiriyle paralellik gösterir: "Sizin *hakkınızda* konuşmuyoruz, *size* konuşuyoruz".

New Woman, editörünün de tanımladığı gibi 25-35 yaş arası, muhtemelen bir ilişkisi ve işi olan, çocuğu olmayan ama gelecekte bunu isteyebilecek, ev dışında kendine ait bir yaşamı olan kadınlara hitap eder. Bazı reklamlar okuyuculardan bazılarının çocuğu olduğu ya da çocuk sahibi olmayı düşündüğü konusunda ipucu verir. İçeriğine bakıldığında okuyucularının *Cosmopolitan*'ınkilerden daha olgun olduğu görülür. McCracken'ın *New Woman*'ın Amerikan versiyonu üzerine yaptığı yorumda belirttiği gibi, dergi ihtilaflı konularda genellikle orta yolu tercih eden bir tavır alır ve aslında böyle yapmakla hem 'işini sağlama alır' hem de ileriye yönelik yenilikçi ve heyecan yaratan bir imaj yansıtır.[58] Bu saptama genel olarak derginin Britanya versiyonu için de geçerlidir. Bu yayın politikasıyla *New Woman*, görece daha kışkırtıcı, ironik ve ihtilaflı konularla uğraşma eğilimi gösteren *Cosmopolitan*'dan kendisini farklılaştırır.

Kadınca

Başlıklar: Düzenli yayınlanan bölümler, pembe sayfalar, iş ve kadın, ünlülerle röportajlar, sosyal yaşam, spor, yeşil sayfalar (çevre), moda, mekânlar, alışveriş, güzellik, kariyer, cinsellik, sağlık ve astroloji. Diğer kadın dergileri gibi *Kadınca* da ilişkiler, cinsellik, güzellik ve moda konularını işler ama bununla kalmayıp

[58] McCracken, 1993, s.218

aynı zamanda feminizm ve çevrecilik gibi toplumsal hareketlerin söylemlerine de yer verir. 'Pembe sayfalar' başlığını taşıyan bir köşede feminist hareketin çeşitli konularıyla, 'çevre' başlığını taşıyan bir diğer köşede ise çevre sorunlarıyla ilgilenir. *Kadınca*'nın spor, çevre, iş ve kariyer gibi belli konulara yaptığı vurgu, *Kim*'de yer almaz.

Kadınca'nın yayın hayatını tarihsel olarak dört döneme ayırarak inceleyebiliriz. Her dönemdeki değişimler ani bir biçimde uygulandığından, satışlar üzerinde olumsuz etkisi olmuştur. 1979'da yayın hayatına başladığında öncelikle şehirde yaşayan ev kadınlarına hitap eden geleneksel bir kadın dergisiydi. Çok kısa süren bu dönemden sonra, sonraki yıllarda radikal feminist olarak tanımlanan Duygu Asena ve ekibinin işi devralmasıyla ikinci dönem başladı. Bu dönem aynı zamanda feminizmin etkili olduğu, özellikle sokak gösterileri ve 1980'lerin en önemli özelliklerinden biri olan imza kampanyaları sayesinde halkın gözünde meşruiyet kazanmaya başladığı yılları kapsar. Örneğin, 1980 askeri darbesinin ardından 1987'de düzenlenen feminist sokak gösterisinin amacı aile içi şiddeti protesto etmekti.[59] Yasalardaki cinsiyet ayrımcılığını protesto eden bu kampanyayı pek çok başka kampanya izledi. Tüm bu feminist kampanyalara ve protestolara *Kadınca* da geniş yer verdi. Dergi, 1980'lerde feminist hareketin öncü sesi haline geldi ve feminist konuların çok sayıda insana ulaştırılmasında önemli bir rol oynadı.

1990'ların başında Asena ve ekibi dergiden ayrıldıktan sonra *Kadınca*, kısa bir dönem, yeni bir yönetim kadrosuyla geleneksel güzellik ve moda dergisine dönüştü. Bu değişimin temel nedeni, yayınevinin el değiştirmesi ve önceki ekibin derginin yeni sahibiyle aynı yayın çizgisini devam ettirme konusunda anlaşamamasıdır. Kazancıbaşı ve ekibi 1993'de görevi devraldıklarında sonraki dördüncü evrede, derginin söyleminde gözle görülür bir değişim yaşandı. Kazancıbaşı bu dönemde dergiyi, "kadınları sahip oldukları haklar konusunda bilgilendiren, kadın hareketinin gündemini ve eylemlerini okuyuculara ileten ve kadınları kendi

[59] 1980'lerin sonlarına doğru başlayan feminist sokak gösterileri ve protestolarla ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. Şirin Tekeli, "Women in Turkey in the 1980's", içinde, Women *in Modern Turkish Society*, (der.) Şirin Tekeli, (Londra: Zed Books, 1995), s.1-21, (s.14-15).

bedenleri ve cinsellikleriyle ilgilenmeye teşvik eden" bir dergi olarak tanımlar. (Mülakatlar, s.265). Hem *Kim* hem de *Kadınca* bir kadının yaşamını geliştirmesinin esas yolunun, bağımsızlığını kazanmak ve kalıplaşmış cinsiyet rolleriyle mücadele etmekten geçtiğini iddia eder. Ticari ve popüler söylemlerinin yanında feminist bakış açısı derginin kimliğinin oluşmasında önemli bir yer tutar.

Kazancıbaşı'na göre, *Kadınca*, 22 yaşın üstünde orta ve alt orta sınıftan kadınlara seslenir; bunların yaklaşık %35'i çalışan, %10'u öğrenci, geri kalanı ise ev kadınıdır. Dergide yer alan bazı reklamlar okuyucular arasında çocukları olan kadınların da olduğuna işaret eder.

Kadınca 1998'in başında yayın hayatına son verdi. Yayın şirketine göre, bunun temel nedeni, derginin artık maliyetini karşılayabilecek kadar reklam alamamasıdır. Türkiye'deki popüler kadın dergilerinin ve diğer tüketici dergilerin çoğunun sahibi büyük şirketlerken, *Kadınca*, rekabetçi bir piyasada zarar görme ihtimali yüksek olan görece küçük bir şirket tarafından yayınlanıyordu. Büyük medya şirketleri bütçeleri elverdiği ölçüde yayınladıkları dergilerin bazılarına maddi destek veriyor. Dolayısıyla, bu grubun içerisinde yer almayan dergilerin kapatılması, *Kadınca* örneğinde olduğu gibi, yayıncı şirket için daha kârlı bulunuyor. *Kadınca* örneği aynı zamanda, piyasanın ekonomi politikalarının, okuyuculara sunulacak seçenekleri belirlemede ne kadar etkili olduğunu gösterir.

Kim

Başlıklar: 'Kimlik', editör yazısı, ünlülerle röportajlar, sosyal yaşam, moda, güzellik, cinsel yaşam ve düzenli yayınlalan bölümler. Ayrıca, *Kadınca*'daki 'pembe sayfalar'a benzer, kadınların yasal hakları, toplumsal cinsiyet ayrımcılığı vs. gibi konuları, genellikle ironik bir biçimde ele alan 'Cadıca' başlıklı bir bölüm yer alır. *Kadınca*'da olmayıp da *Kim*'de olan yalnızca bir farklı başlık vardır: 'Bağımlı, taraflı, iğneli erkek eki'. Bu bölüm erkeklerin fiziksel görünümüyle, cinselliği ve zekasıyla dalga geçer. Gerek bu bölümde gerekse derginin diğer bölümlerinde kullanılan dilin biçimi ve ironisi, onu *Kadınca*'dan farklı kılar. (Bu konu

bir sonraki bölümde ayrıntılı olarak ele alınacaktır.) Yukarıda belirtildiği gibi, *Kim* büyük ölçüde *Kadınca*'nın bir uzantısı olarak görülebilir.

Kim'in editörü Duygu Asena, okuyucularını şöyle tanımlar: Orta sınıf, kendi kararıyla dergiyi satın alan, para kazanan ve kendi başına ayaklarının üstünde durabilen kadınlar. Okuyucuların yaş ortalaması üniversite öğrencilerinden orta yaşa kadar değişir, ama çoğu 20-30 yaş grubu arasındadır. Asena'nın da ortaya koyduğu gibi, *Kim*'in okuyucusu genç ve bekardır, kadınları ilgilendiren konulara duyarlıdır ve kendisiyle ve yaşamla ilgili bir şeyler öğrenmek ister. Asena'nın bu tanımı, *Kim*'in de *Kadınca* gibi liberal burjuva söyleminin oluşturduğu 'modern kadın'a hitap ettiğini gösterir. Bu modern kadın, ev kadını, öğrenci ya da çalışan bir kadın gibi farklı statülere sahip olabilir, ancak önemle üstünde durulan nokta bu kadının bağımsız, başarılı, dinamik ve entelektüel olmasıdır. Okuyucu araştırmalarını ele alan özel bir sayısında *Kim* kendi çizgisini şöyle tanımlar:

> *"Kim, dünyada sanat, politika ve kadın hareketi konularında ne olup bittiğini yakından takip eder. Yaşamın her alanını, kadın-erkek ilişkilerini, erkek söylemini ve toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini sorgular. Gündemi yakalayan, radikal, muhalif, kararlı ve her zaman farklılıklara açık bir dergidir." (Ağustos, 1995)*

IIII. BÖLÜM

1990'LARIN KADIN DERGİLERİNDE POPÜLER FEMİNİST SÖYLEMLERİN VE KADINSI İMGELERİN İNCELENMESİ

Feminist imge ve mesajların temsil edilme biçimlerini ve kadınsılığın nasıl inşa edildiğini incelemek için, anahatları giriş bölümünde belirtilen, içerik analizi ve karşılaştırmalı niteliksel araştırma yöntemleri kullanıldı. Dergi analizlerinden ve görünme sıklıklarından ortaya çıkan temalar altı alt başlık altında incelendi: Feminizm ve politika; cinsellik; kendinden emin ve kararlı kadın imgesi; istihdam ve kariyer; aile ve evlilik; erkekler ve erkeksilik. Temaların çoğu birbirleriyle ilişkili ve iç içe geçebiliyor, ancak bu temaların tartışıldığı bölümler dergiden dergiye farklılık gösterir. Bu nedenle, dergilerin içerik özelliklerinin bu şekilde kategorize edilmesi kültürel metinlerin analizleri için temel bir dayanak noktası olarak değerlendirilmelidir. Niteliksel bir yaklaşım kullanmak, kavramlar, mesajlar ve anlamların dergilerde nasıl inşa edildiğini ayrıntılı bir biçimde incelemeye olanak sağlar. Dergilere uygulanan içerik analizinde, iki ülke arasında bazı benzerliklerin yanı sıra bazı farklılıklar da tespit edildi. Temel farklılıklar şu şekilde özetlenebilir:

Britanya dergileri kadın cinselliğinin farklılığına ve kadınların cinsel hazzına vurgu yaparken, Türkiye'deki dergiler cinselliği, kadınların erkek değerlerin hâkimiyetinden kendilerini kurtarmaları gereken alanlardan biri olarak gösterir.

Britanya dergilerinde kadınsılığın inşasında özgüven, iddialı olmak ve kararlılık gibi kişisel nitelikler ön plana çıkarılırken, çeşitli konularda kadınların kendi bireyselliklerini ortaya koymaları ve başkalarının beklentilerini reddetmeleri yönünde destek veren *Kim* ve *Kadınca*'nın tarzları ve mesajları farklılık gösterir. Bu konulara kadın-erkek ilişkileri, eğitim, iş, görücü usülü evlilik, kıyafet seçimi de dahildir.

İncelenen tüm dergiler, değişen erkeklik ve 'yeni erkek' imgesiyle ilgilenirler. Ancak, *Cosmopolitan* ve *New Woman* bu konuya ciddi bir tavırla yaklaşarak, yeni kimlikleriyle nasıl başa çıktıklarını tartışmak için erkeklere sık sık kendi adlarına konuşabilme şansı verirken, *Kim* ve *Kadınca* 'yeni erkek' kimliğini modern kadının beklentilerine göre tanımlar ve çoğu zaman erkeklerle dalga geçer; erkeklerin zekaları, cinsellikleri ve fiziksel görünümleri alaya alınır.

Feminizmin işlenişi açısından bakıldığında, Britanya dergileri feminist konuları ve temaları üstü kapalı bir biçimde ele almayı tercih eder: feminist düşünceler ve mesajlar dergilerin bütününde önemli alt-metinler olarak verilir. Öte yandan Türkiye'deki dergilerde feminist söylemler doğrudan ve açıkça ele alınır ve feminist hareketler, toplumsal cinsiyet alanında yaşanan eşitsizlikler, ataerkil kurumlar gibi konuları tartışmak için ayrı bölümler oluşturulur.

Britanya dergilerinde feminist değerlerin tüketici söylemlere dahil edilmesi, kolektif feminist hedeflerin bireysel tercih ve yaşam biçimlerine indirgenmesiyle sonuçlanır. Bunun aksine, buradaki dergilerde feminist toplumsal hedefler ve feminizmin erkek egemen toplumsal, ekonomik ve politik ilişkilere yönelttiği eleştiriler ele alınması gereken önemli konular olarak sunulur; daha demokratik bir toplumun gerekliliği olarak bireysel gelişim kadar kolektif aktivizmin önemi de vurgulanır.

Söz konusu kadın dergilerinin, amaçları çerçevesinde feminizmi kendilerine uydurmak ve yeniden tanımlamak için geliştirdikleri çeşitli yolları ve 1990'larda kadınsılığı yeniden tanımlarken feminist konuları ve değerleri nasıl kullandıklarını anlayabilmek için yukarıda belirtilen temalar ayrı ayrı incelenecektir.

'Postfeminist' Cinselliklerin İnşasına Karşı Cinsel Özgürlük Arayışı

Cinsellik, 1960'lardan bu yana genç kadın dergilerinin vazgeçilmez temalarından biri haline geldi. McRobbie'nin de öne sürdüğü gibi, "cinsellik, günümüzde dergilerin sayfalarını önceden

hiç olmadığı kadar fazla dolduruyor".[1] Cinselliğin, hem Britanya hem de Türkiye'deki kadın dergilerinin varoluşu için bir çerçeve sağladığı doğrudur. Ancak, dergiler kadın cinselliğini tanımlarken birbirlerinden önemli ölçüde farklılıklar gösterir. Örneğin, Britanya kadın dergilerinde cinsellik, kendi tercihleri doğrultusunda cinsel deneyimlerini özgürce yaşayan kadınlar için bireysel haz kaynağı olarak gösterilirken, kadınların cinsel devrimi gerçekleştirebilmek için hâlâ mücadele ettiği Türkiye'de kadın cinselliği çoğu zaman ataerkil sistemin toplumsal ve ahlaki değerleri bağlamında tartışılıyor.[2] Türkiye'deki dergilerde cinsellik, eril değerlerin hâkim olduğu bir alan olarak temsil edilir. Bu nedenle de dergiler didaktik bir dil kullanarak, cinsellik alanında yaşanan eşitsizliğin getirdiği ikincil konumlarından kurtulmak için kadınlara önerilerde bulunur.

Batı'daki günümüz kadın dergilerinin geneline bakıldığında, kadın cinselliğinin postfeminist terimlerle inşa edilme eğilimi göze çarpar. Başka bir deyişle, cinsellik kendini gerçekleştirme ve haz alma alanı olarak değerlendirilir ve en çok bu yönü vurgulanır. Bu dergilerde feminizm, bir kişinin cinselliğini seçme özgürlüğü olarak yorumlanır. 1950'ler ve 1960'lardaki dergilerin aksine kadın cinselliği feminist bir perspektiften tartışılır. O dönemde kadınlar cinsellikle ilgili tabuları yıkmaya belli ölçüde başlamışlardı, ancak buna rağmen cinselliği kadınların arzuları, hazları açısından ele almak hâlâ bir hayli zordu. Cynthia White'ın 1970'lerde ortaya koyduğu gibi: "*She* (1950'lerde) kibar kadın dergilerinde sözü bile edilmeyen konuları açıkça ve esprili bir biçimde ele alabilmiş, örneğin, bidenin ne işe yaradığı konusunda okuyucularını çekinmeden bilgilendirmişti".[3]

Gerçekten de heteroseksüel ilişkileri ilgilendiren konular açısından değerlendirildiğinde, kadınların cinsel arzuları ve hazları hakkında bilgi sağlama ve bunları tartışmaya açma konusunda, feminizmin kadın dergilerinin politikası üzerindeki etkisi önem

---

[1] Angel McRobbie, *'More*!: New Sexualities in Girl's and Women's Magazines', içinde *Cultural Studies and Communication*, (der.) James Curan vd., (London: Arnold 1996), s. 172-194, (s.177).

[2] Kadın cinselliği ile ilgili İslami kuralların, Türkiye'deki toplumsal ve ahlaki değerlerin önemli bir boyutunu oluşturduğunu belirtmek gerekir.

[3] Cynthia White, *Women's Magazines 1693-1968*, (Londra: Michael Joseph, 1977), s.12

kazanır. Kadın dergileri 1970'lerin ortalarından beri feminist hareketin gündemindeki meselelerle ilgilendiler, hatta bazı konularda feministleri geride bıraktıkları bile söylenebilir. Zira ikinci dalga feminist hareketin erken döneminde, feministler tartışmalarını çoğunlukla cinsel şiddet, pornografi ve doğum kontrolü konuları etrafında yürütme, ama kadınların cinsel arzuları ve cinsel hazları gibi konuların tartışılmasını engelleme eğilimindeydiler. Ancak, giriş bölümünde de belirtildiği gibi, bazı feminist kuramcılar bu gibi indirgemeci analizlerle yetinmeyerek haz, arzu, farklılık sorunlarını incelemeye başladılar.[4] Diğer taraftan bu kitapta incelenen dergilere bakıldığında, cinsel sağlık ve cinsel ilişkilerde eşitliğe önem verdikleri ve kadının cinsel hazzı ve bir öğrenme süreci olarak sevişme teknikleri hakkında bitmez tükenmez bilgi sağladıkları görülür. Ayrıca doğum kontrolü ve hamilelik testleri hakkında da bilgi sunulur, ancak bu bllgi daha ziyade Britanya dergilerinde yer alır ve çoğu zaman reklam olarak yer alır.

1970'lerde, kadınlara cinsel hazları hakkında konuşabilecekleri ve bireysel özgürlüklerinin keyfini çıkarabilecekleri bir alan açan *Cosmopolitan* pek çok başka dergiye de öncülük etti. O zamandan beri cinsellik kadın dergilerinin ve dolayısıyla da 'Yeni Kadın' imgesinin önemli bir boyutu haline geldi. Ancak, kadınların bağımsızlığının heteroseksüel cinsellik ve aşk ilişkileriyle eş anlamlı tutulması, Janet Lee'nin öne sürdüğü gibi, "kadınların kurtuluş mücadelesinin erkeklerin cinsel arzularına hizmet edecek şekilde inşa edilmesini sağlar".[5] *Cosmopolitan* ve *New Woman*'da heteroseksüelliğin bir norm olarak temsil edilmesi ve cinsel ilişkilerin güç ve bağımsızlıkla ilişkilendirilmesi göz önüne alındığında, Lee'nin kadın dergilerine yönelik bu eleştirel bakışı

---

[4] Janice Radway ve Ien Ang'ın çalışmaları feminist politika ve kadın hazzını dile getirmeleri açısından bu alanda yapılan önemli çalışmalardır. Ien Ang, *Watching Dallas: Soap Opera and Melodramatic Imagination*, (Londra: Methuen, 1985); Janice Radway, Reading *the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature*. (Chapel Hill, NC: University of North Caroline, 1984).

[5] Janet Lee, 'Care to Join me in an Upwardly Mobile Tango', içine *The Female Gaze: Women as Viewers of Popular Culture*, (der.) Lorraine Gamman ve Margaret Marshment, (Londra: The Women's Pres, 1988), s.169.

bir ölçüde 1990'ların dergileri için de geçerliliğini korur. Yine de bu çalışmada yapılan analizler, dergilerin erkeklerin cinsel arzularının ötesine geçmeye ve kadınların cinsel arzu ve tatminleri gibi 1990'larda feministler tarafından çok tartışılan ihtilaflı konularla ilgili sorunları da gündeme getirmeye başladıklarına işaret eder.

Cosmopolitan ve *New Woman* kadın cinselliğini heteroseksüel ve aktif olarak tanımlar. Her iki dergi de kadınları daha büyük başarılara teşvik eden feminist yanlısı bir söylem benimser. Seksi olmak ve bunun getirdiği duyguyla kendini güçlü hissetmek kadınları, örneğin, tüm kişilerarası ilişkilerin ve iş ilişkilerinin özgüvenle üstesinden gelebilmek gibi başarılara götüren yolu açmada önemli nitelikler olarak görülür. Örneğin *Cosmopolitan*, 'Feminizm Şimdi' adlı özel sayısında feminizme bakışını şu şekilde yeniden dile getirdi: "Feminizm lezbiyenlik ya da erkeklerden nefret etmek değildir. Feminizm... Geçerlidir. Olumludur. Güçlüdür. Seksidir."[6] Macdonald'ın da belirtmiş olduğu gibi *Cosmopolitan*'ın feminizm anlayışı, 'Mücadele etmek *out*: seksi ve güçlü olmak *in*'[7] biçiminde formüle edilir. 'Cosmo kızı'nın temel nitelikleri seksi, başarılı ve belli bir tarza sahip olmaktır. Her genç kadının bir Cosmo kızı olma amacına ulaşabilme potansiyeli olduğu ve bunu yapabileceği konusunda okuyucularını ikna etmeye çalışır; seksi, başarılı ve özgür olmak gibi özelliklerin hepsine birden nasıl sahip olunabileceği konularında okuyucularını bilgilendirir. 'Tatminkar, Sağlıklı Seks' (Kasım 1995, s.129) gibi cinsellik üzerine yazılan çoğu makale, özgürlük/bağımsızlık ve seksi olmak/kendine güvenmek arasında doğrudan bağlantı kurar. Bu dergilerin cinsel cazibeye öncelik vermeleri, cinsel çekiciliği erkek bakış açısından mı yoksa kadın bakış açısından mı ve kime göre tanımladıkları sorusunu gündeme getirir. Dergilerin ve de dolayısıyla okuyucuların heteroseksüelliği bir norm olarak kabul etmeleri, kadınların yalnızca onları karşı cins için çekici ve seksi yapan şeylerle ilgilendiklerini iddia eden görüşü güçlendirir.

Buna rağmen, cinsellikle ilgili feminist düşüncenin, *Cosmopolitan* ve *New Woman*'ın sayfalarına kendine güveni vurgulayan bir biçimde sızdığını belirtmek gerekir. Editörlerin de

---

[6] Cosmopolitan, Ekim, 1993.

[7] Myra Macdonald, Representing Women: Myths of Femininity in Popular Media, (Londra: Edward Arnold, 1995), s. 172.

ifade ettiği gibi, cinselliğin kadın bakış açısından temsili, geleneksel ataerkil değerlerin kadınsılığa olan yaklaşımına meydan okuyabilir. Bu iyimserliğe rağmen, dergilerin gerçekten halihazırda varolan yerleşik ataerkil değerleri değiştirmeyi ve onların yerine geçecek yeni bir değerler sistemi sunmayı amaçladıklarını öne sürmek gerçekçi olmaz. Örneğin, *Cosmopolitan*'da seks, cinsel rollere meydan okuma biçiminden ziyade eğlenceli bir şey olarak görülür: "Tüm yapmak istediğiniz biraz eğlenmek... öyleyse bağlılık göstermeyen bir kadını dünya neden kabul etmesin ki?" (Kasım, 1995, s.153). *Cosmopolitan* ve *New Woman*'da seks üzerine çıkan benzer yazılar, bu dergilerin seksi aşktan ve 'anlamlı' ilişkilerden açıka ayırma yoluna gittiklerini gösterir. Bu değişim, sadece önceki 'erkeğinizin size aşık kalmasını nasıl sağlarsınız' söyleminin, 'yatakta nasıl iyi olunur' ya da 'cinsel hayatınızın tadını nasıl çıkarabilirsiniz' söylemiyle yer değiştirdiğini vurgulamakla kalmaz, aynı zamanda kadın dergilerinin 1990'larda kadınların cinselliğini yeniden tanımladıklarını da ima eder. Kadın cinselliğinin bu şekilde yeniden tanımlanması ne var ki sadece kadınların ataerkil sistem içindeki cinsel pratiklerinin sınırlarını genişletmekle kalır.

Britanya'da olduğu gibi Türkiye'deki dergilerde de kadın cinselliği söz konusu olduğunda ele alınan yalnızca heteroseksüel ilişkilerdir, ancak konuyu ele alma biçimleri birbirinden farklılık gösterir. Britanya dergilerinde cinsellik bireysel bir tercih meselesi olarak algılanıp herhangi bir toplumsal ya da ahlaki değer atfedilmeksizin bireysel hazza ve eğlenceye vurgu yapılırken, Türkiye'deki dergiler kadınların cinsel devrimi gerçekleştirmek için mücadele ettikleri görüşünü temsil eder. *Kim*'de Türk kadınlarının hiç bir zaman cinsel devrimi gerçekleştirememiş oldukları yönünde genel bir düşünce ortaya atılır. Britanya dergileri cinsel eşitsizlik meselelerinden çok cinsel farklılıklara vurgu yaparken, buradaki dergilerde cinsellik kadınların kendilerini erkeksi değerlerin hâkimiyetinden kurtarmaları gereken bir alan olarak gösterilir. *Kim* ve *Kadınca*'daki bazı makaleler kadınların kendilerini seks ve cinsellikleri konularında eğitmeye teşvik eder ve kadın cinselliğinin erkekler ve erkek-egemen kurumlar tarafından kontrol edildiğinin altını çizer. Kadınlar, egemen erkek değerlerine karşı çıkmak ve hem cinsellik hem de diğer alanlardaki eşit-

sizlikler yoluyla üretilen ikincil konumlarını değiştirmek için eyleme geçmeye teşvik edilirler. Başlığı "Kadınlar her konumda suçlu! Bunun farkına varmalı ve buna karşı savaşmalıyız!" olan *Kim*'deki bir yazı derginin görüşlerini şöyle özetler:

> *"Çocukken bizlere ikinci cins olduğumuz söylendi. Cinselliğimiz erkekler tarafından kontrol edildi. Edebiyatta, sanatta ya da dinde bir iyi kadın imajı var bir de kötü kadın imajı. Kadınlar yıllardır bu imajları içselleştiriyor... Kadınlar bir araya gelip bu imajlara ve önyargılara karşı çıkmalılar."* (Kasım 1995, s.99)

Kim ve *Kadınca*'nın cinsellik karşısındaki tutumları feminist ideolojiyle benzer bir çizgi gösterir.[8] 1980'lerin sonlarında *Kadınca*'yı inceleyen Ayşe Saktanber,[9] *Kadınca*'nın cinselliği, kadın kimliğinin normal ve değerli bir parçası olarak kabul ettiğini ve kadınların kendi cinselliklerini tanıyıp varoluşlarının bir parçası olarak kabul etmeleri gerektiğine özellikle vurgu yaptığını öne sürer. *Kadınca* ve *Kim* 1990'ların ortasında da kadın cinselliğine karşı aynı tavrı sürdürür ve kadınların cinsel hazzına önem verir. Cinsellik, bir insanın iç dünyasını ifade eden ve üzerinde konuşulması gereken bir şey olarak görülür.

Her iki dergide de 'cinsel yaşam' başlıklı, içinde bir kadının cinsel hayatını nasıl geliştirilebileceği, hamilelik ve doğum kontrolü gibi sorunlara çözümler arayan bir bölüm var; bu bölümde cinselliğe değer verilir ve yüceltilir, cüretkâr anketler, doktorlar, psikologlar ve psikiyatristler tarfından uzman desteği sunulur. Bu bölümdeki yazılar çoğunlukla kadın bedenine yönelik kozmetik reklamlarla yan yana verilir. Kadın cinselliğinin bu ihtilaflı sunumu, ataerkil sistem tarafından tanımlanan kadınlığın bir yansıması olarak da okunabilir. Asena, derginin bu iki özelliğinin birbiriyle çelişkili görünebileceğine işaret eder ve bağımsız bir birey olmakla, vücudunuza özen göstererek güzel olmaya çalışmanın birbirinden ayrılamayacağını, her ikisinin de kadınlar için eşit

---

[8] Feminist ideoloji herhangi bir toplumda yaşanan seksizmi tanımlayan ve geleceğin toplumu için seksist çelişkilerin ortadan kaldırılmasına yönelik çözümler öneren düşünceler bütünü olarak kullanılmıştır.

[9] Ayşe Saktanber, 'Women in the Media in Turkey: The Free, Available Woman or the Good Wife and Selfless Mother?' içinde, *Women in Modern Turkish Society*, (der.) Şirin Tekeli, (Londra: Zed Boks,1995), s.153-169, (s.159).

derecede önemli olduğunu ekler. Asena, kadınları fizikşel ve toplumsal yönleriyle bir bütün olarak değerlendirebileceğimiz bir bakış açısı sunmaya çalışır. Ancak, erkeklere nasıl çekici görünebilecekleri ve erkeklerin kadınlardan neler beklediği gibi konularda kadınlara ipuçları veren bu reklamlar aracılığıyla kadın bedeninin nasıl pazarlanabilir bir metaya dönüştürüldüğü gerçeğini Asena, kabul etmiş gibi görünmez. Bu ipuçları aynı zamanda, kadınların birbirleriyle nasıl erkekler için rekabet edebilecekleri konusunda da bir fikir verir.

Seks ve cinsellikle ilgili konular kadın dergilerinde çoğunlukla seksologlar ve feministler tarafından ele alınır. Bu ayrım Türkiye'deki dergilerde çok açıktır. Sağlık uzmanları seks teknikleri üzerine 'Süper orgazmın anahtarı: Biyolojik çekim' (s.94-96) ya da 'Daha güçlü bir orgazm için aşk kasınızı kullanmayı öğrenin' (s.98-99), (*Kadınca*, Eylül 1995) gibi cinsel açıdan ilham verici öğütler verirler. Kullandıkları feminist yaklaşım ise sorunları tanımlar, kişiler arasındaki duygusal sorunlara çözümler önerir. Okuyucu mektuplarına verilen cevaplar veya 'Aşka karşı Seks: Yatak odasındaki Savaş' (*Kim*, Haziran 1995, s. 115) gibi bazı yazılar bu konuları ele alır. Örneğin bu yazı, erkeklerin öncelikle 'fiziksel'liği düşündükleri, kadınlarınsa 'duygusal'lığa önem verdikleri yönündeki toplumsal cinsiyet farklılıklarındaki yaygın inanca işaret eder ama bunu reddeder. Erkeklerin seks yapma arzularını ve/ya dürtülerini kadınlara oranla daha çok ifade ettikleri yönünde bulgular içeren bir takım tıbbi araştırma sonuçları yayınlar. Bu bilimsel açıklamaya rağmen, cinsel hormonlar erkek ve kadının cinsellik konusundaki farklı tutumları için tatmin edici bir neden olarak görülmez. Yazar, erkekler ve kadınların birbirinden farklı olan cinsel davranışlarının öğrenilmiş olduğunu ve kişilerin cinsellikle ilgili tavırlarının oluşumunda toplumsal etmenlerin çok daha önemli bir rol oynadığını vurgular. Yazarın bu iddiası, kültürel çalışmalardaki, diğer toplumsal kimlikler gibi cinsel kimliklerin de inşa edildiğini savunan özcü-karşıtı feminist düşünceyle örtüşür.

Bekaret konusuna her iki ülkenin dergilerinde bir alt-tema olarak yer verilir ancak birbirlerinden oldukça farklı bağlamlarda ele alınır. Türkiye'de bekaret toplumsal ve yasal bir sorun olarak

gösterilir. Bu sorunun ciddiyeti bazı örnek olaylar ve istatistiklerle vurgulanır. Bu konunun tartışıldığı bazı başlıklar şöyledir:

"Üniversite öğrencileri tartışıyor: Cinsel yaşamda çifte standard. Kız arkadaşları bakireyse erkekler başka kadınlarla cinsel ilişki kuruyor. 'Bir ikilem içinde yaşıyoruz: Birine aşık oluyoruz ama diğer kadınlarla ya da fahişelerle sevişiyoruz'." (Kim, Şubat 1995, s.62-65)

"Bekaretini kaybeden bir kadının son umudu. Bekaret nasıl geri getirilebilir?" (Kadınca, Ağustos 1995, s.88-90)

"Devletin değişmeyen bakışı: Bakireysen ahlaklı ve erdemlisin, değilsen ahlaksızsın." (Kim, Mart 1995, s.28-29)

"'İlk seviştiğim zaman'. Bekaretinden kurtulmasını sağlayacak güçte bir erkeği bulmaya çalışan bir kadının hikayesi." (Cosmopolitan, Mayıs 1995, s.95)

Cosmopolitan'dan yapılan alıntının işaret ettiği gibi bekaret, yetişkin olmak için bir an önce kurtulunması gereken bir şey olarak görülür. Bekaretle ilgili yazılarda toplumsal ve ahlaki değerler hiç bir zaman bir sorun olarak ön plana çıkarılmaz. Buradaki dergilerin aksine, Britanya'daki dergilerde bekaret toplumsal değil kişisel bir sorun olarak görülür.

1995'de Türkiye'de polis, eğitim kurumları, kız yurtları gibi bazı devlet kurumlarının yanı sıra özellikle ülkenin doğusundaki bazı ailelerin kızlarını bekaret kontrolü yapmaya zorlamaları sonucu bekaret kontrolü önemli bir kamusal sorun haline geldi. Bazı olaylar öylesine dramatikti ki kızların intihara teşebbüs etmeleriyla sonuçlandı. Bu konu, özellikle söz konusu kadın dergileri olmak üzere diğer basın ve yayın organlarının önemli bir gündem maddesi haline geldi. Dergiler, kadınların bedenlerini kontrol etmeyi hedefleyen bu devlet politikalarına tepki göstererek onları çok ağır eleştirdiler ve "mağdur edilen" kızları destekleyen bir politika izlediler. Özellikle *Kim*, devletin kadınlara yönelik bu uygulamasını sert bir dille eleştirdi ve "aileler, polis ve müdürler tarafından talep edilen bekaret kontrolünün yasal olmadığını, aksine anayasaya, insan haklarına ve uluslararası hukuka aykırı olduğunu" (Mart 1995, s.29) öne sürdü. *Kim*, bu bakış açısını ifade ederken bazen alaycı bir dil kullandı. Örneğin, başlıklardan biri şöyleydi: "'Bekaret kontrolünü empoze edenlere

IQ testi uygulanmalı". Toplumun büyük bir kısmının cinselliği hâlâ tabu olarak gördüğü ve evlilik öncesi bekaretin 'zorunluluk' olduğu 1990'ların kültürel bağlamı göz önüne alındığında, bu dergilerin söylemi radikal olarak yorumlanabilir.

Dergilerde çıkan yazıların içeriğine bakıldığında çoğu bekar olan *Kim* ve *Kadınca* okurlarının cinsel ilişkilerinin olduğu varsayılır.[10] Yazılarda asıl vurgu kadınların cinsel açıdan kendilerini özgürleştirmeleri gerektiği üzerine yapılır. Okuyucu mektuplarının satır araları incelendiğinde bekar olduğu varsayılan okuyucuların hiç cinsel ilişki yaşamamış olabileceği görülür. Okuyucular daha önce cinsel ilişki yaşamamış bile olsalar, cinsel ilişki kadının özgürleşmesinin ayrılmaz bir parçası olarak görüldüğü için bunu yaşamaya teşvik edilirler. *Kim*'in her sayısında, çoğu 16-23 yaş grubu tarafından yazılmış altı kısa mektup bulunur ve bunlar çoğunlukla heteroseksüel/duygusal ilişkiler, hayalkırıklıkları, ayrılıklar, vs. ile ilgilidir. Ancak bu mektuplarda cinselliğe ve cinsel problemlere hiç gönderme yapılmaz. Diğer yandan, *Kadınca*'nın okuyucularının medeni durumları ve mektuplarda dile getirdikleri konular farklılık gösterir. *Kadınca*'ya gelen mektupların neredeyse yarısı evli kadınlar tarafından yazılır ve heteroseksüel/duygusal ilişkilerin getirdiği sorunların yanı sıra cinsellikle ilgili konular da tartışılır. *Kadınca* 1995 Haziran ayında "okuyucu mektupları" sütununu kapattı, *Kim*'de ise incelemenin yapıldığı dönemde böyle bir sütun hiç olmadı. Britanya ile karşılaştırıldığında, oradaki her iki derginin de seks ve orgazm üzerine geniş tartışmaların yapıldığı okuyucu mektupları sütunları vardır. Bu sütünlarda çoğunlukla kadın-erkek ilişkileri, bazen de kimlik sorunları ve özgüven eksiklikleri gibi konular işlenir.

---

[10] *Kim* ve *Kadınca*'nın editörlerinin bireysel yaşamlarını göz önüne aldığımızda editörlerin deneyimleriyle dergilerin söylemleri arasında paralellikler tespit etmek mümkündür. *Kim*'in editörü Duygu Asena hiç evlenmemiş, konuşmalarında ve yazılarında her zaman kadınların cinsel özgürlüğünü savunmuştur. *Kadınca*'nın editörü Esra Kazancıbaşı, yedi yıl boyunca sevgilisiyle beraber yaşamış, ardından üç yıl evli kalmış ve bir süre sonra da boşanmıştır (Bkz., Mülakatlar). Asena ve Kazancıbaşı'nın kişisel deneyimleri Türkiye bağlamında değerlendirildiğinde, ataerkil normlara ve İslami kültüre bir meydan okuma olarak görülebilir. Yine de toplumsal değişimler sonucu beraber yaşamanın 1990'lar sonrasında büyük şehirlerde eskiye oranla daha fazla kabul gördüğü de belirtilmelidir.

İncelenen dergilerde, analizlerin yapıldığı dönemde, her iki ülkede de kısıtlı olmakla birlikte lezbiyenler, geyler ya da biseksüellerin cinsellikleri ya da cinsel pratikleriyle, yani heteroseksüel ilişkilerin normlarına ters düşen konular da ele alınır. Britanya dergileri ayrıca lezbiyen ve gey merkezleri ya da yardım alabilecekleri yerlerin bilgilerini dahil ederek onların varlığını tanır. İncelenen sayılar arasında *Cosmopolitan*'da (Haziran 1995, s.82-85) sadece Los Angeles'daki lezbiyen kulupleri ve onların kültürünü ele alan bir yazı var. Yazıya, iddialı kıyafetleriyle bu klüplerde eğlenen lezbiyenlerin provokatif fotoğrafları da eşlik eder. Buna ek olarak derginin Nisan sayısında, lezbiyen çiftlerin çocuk sahibi olabilmeleriyle ilgili doğrular ve yanlışlar hakkında okuyucuların görüşlerini telefon ya da yazıyla ifade etmelerini isteyen bir duyuru yer alır (1995, s.80). *New Woman*'da ise, lezbiyen bir çiftin çocuk sahibi olabilmek için açtıkları davayı kazanmalarına ilişkin bir yaşam öyküsü anlatılarak bu konu ele alınır. Bu gerçek-yaşam öyküsü lezbiyenlere ve yaşam biçimlerine yöneltilen önyargılı tutumları eleştirir (Haziran 1995, s.69). Lezbiyenliğin dergilerde işlenmesi, Winship'in de belirttiği şu gerçeğe işaret eder: "lezbiyenlik hakkında çıkan yazılar biraz da heteroseksüel kadınlara kadın bedenini izlemenin hazzını sunar ve feminist bir anlayıştan ziyade liberal bir hoşgörüyü ifade eder."[11] Gerçekten de bu yazılarda, lezbiyenliğin kadın cinselliğiyle ilgili tartışmaların ayrılmaz bir parçası olarak ele alınmadığı görülür. Dergilerin lezbiyenliğe liberal yaklaşımları, kadınların 'seçtikleri' takdirde lezbiyen bir kimlik edinebilmeleri üzerine kuruludur. Ancak ister lezbiyen olsun ister heteroseksüel, bu dergiler cinsel kimliğin ne olduğunu sorgulama eğilimi göstermezler.

Türkiye'deki dergilerde lezbiyenlikten hiç söz edilmezken erkek eşcinselliğiyle ilgili bir kaç yazıya rastlanır. *Kim*'de gey olmak erkek cinselliğinin bir parçası olarak görülmezken, *Kadınca*'da eşcinselliğe farklı bir yaklaşım söz konusudur. "Türkiye'deki geylere öncülük etme sorumluluğunu üstlenmek istiyorum" başlığıyla yayınlanan bir yazıda (Kasım 1995, s.68-69) tanınmış bir gey şair olan Küçük İskender ile röportaj yapılır ve İskender eşcinsel kimliği ile geylerin karşılaştığı belli başlı sorunlar, cinsel-

[11] Janice Winship, *Inside Women's Magazines*, (Londra: Pandora, 1987), s.117.

likle ilgili edebi çalışmaları ve feminizm ve lezbiyenlik hakkındaki görüşlerini dile getirir. Bu dergilerde eşcinselliğin toplumsal bir konu ve sorun olarak ele alınması, egemen heteroseksüel kültürün eşcinsellerin varlığını kabul etmesi gerektiğine işaret eder. Eşcinselliği bu şekilde sunan dergiler aslında kendileriyle çelişir; çünkü, *Kim* ve *Kadınca* da dahil olmak üzere kadın dergilerinde heteroseksüellik bir norm olarak kabul edilir ve diğer cinsel tercihlerin hepsi 'anormal' olarak görülür. Birinci elden itiraflar bölümünde cinsel azınlıklara, özellikle de gey, travesti ve biseksüellere kendi cinsellikleri hakkında açıkça konuşabilmeleri için sınırlı bir yer ayrılır. Eşcinsellerin yaşadıkları cinsel deneyimlere erotik itiraf öyküleri biçiminde sınırlı da olsa kadın dergilerinde yer verilmesi 'liberal' bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir; çünkü, dergilerin farklı cinsellikleri kabul ettikleri anlamına gelir ve 'ilginç' olmalarından dolayı taşıdıkları değer yüzünden tolerans gösterilir.

Türkiye'deki dergilerin lezbiyenliği sayfalarından tamamen uzak tutmaları genel olarak Türkiye'deki feministlerin lezbiyenliğe olan yaklaşımlarıyla açıklanabilir. Lezbiyenlik uzun bir süre feminizmin gündemine alınmamış ve dolayısıyla feminist mücadelenin bir parçası olarak görülmemiştir. İki ülkede gelişen feminist hareketler arasındaki en belirgin farklardan biri cinsel özgürleşme söylemleridir. Ömer Çaha'ya göre, Batı literatüründe 'özgürleşme' kavramı kadınları özel ve kamusal alanlarda erkek egemenliğinden kurtarmak anlamına gelirken, Türkiye'deki feministler, 'özgürleşme'yi çoğunlukla cinsel yönden ele aldılar ve özgürlüğü kadın bedenin erkek egemenliğinden kurtulmasıyla özdeşleştirdiler.[12] İki ülke arasındaki bu farklılık, Türkiye'deki kadınınların farklı bir tarihsel deneyime sahip olmasından kaynaklanır. Bu farklılığın kaynağı, kamusal ve özel alanların birbirinden keskin çizgilerle ayrıldığı ve kadınların yaşam alanlarının, İslam kültürünün ve erkek yönetici sınıfın kadın cinselliğine atfettiği değerler sayesinde, özel alana hapsedildiği Osmanlı dönemine kadar gider. Başka bir deyişle, kadın cinselliğine getirilen sıkı kontroller nedeniyle kadınlar yüzyıllarca 'erkek bedeni'nden uzak tutuldu. Osmanlı'ın bilinen harem yaşam biçimi de bu ayrımcılığın kurumsal boyutunu temsil eder.

[12] Daha ayrıntılı bir tartışma için bkz. Ömer Çaha, *Sivil Kadın: Türkiye'de Sivil Toplum ve Kadın*, (Ankara, Vadi yayınları, 1996), s.208-9.

Bu tarihsel deneyimin bir sonucu olarak, Türkiye'deki feministler için cinsel özgürlüğün anlamı toplumsal yaşamın diğer alanlarındaki erkek egemenliğine karşı mücadele vermek olduğu kadar, geleneklerden ötürü çok uzun zamandır kendilerinden uzak tutulan erkek bedenini kadınlara yakınlaştırmak olmuştur. Batılı ve Türkiye'deki feministler arasındaki temel farklılıklardan biri şöyle tanımlanabilir: Batıda, lezbiyenlik, kadın/erkek ilişkilerine alternatif bir model oluşmasını sağlayan bir araç, erkeklerden bağımsız olabilmenin bir yolu olarak algılanır. Bu kavram, Batı bağlamında "ataerkil sistemin merkezini oluşturan heteroseksüellik ideolojisine ve kurumlarına saldırmayı"[13] amaçlayarak politikleşti. 'Feminizm teori, lezbiyenlik uygulama' sloganı 1970'lerde Batı'da, lezbiyenliğin feminist hareketin radikal bir politik uygulaması ve deneyimi olduğunu iddia etmek için kullanılırken, Türkiye'de çoğu feminist, lezbiyen ilişkileri reddetme eğilimi göstererek cinselliklerini keşfedebilmeleri için hem fiziksel hem de psikolojik olarak kadınları erkeklere daha yakın olmaya teşvik etti. Türkiye'de feminist grupların cinsel özgürlük düşüncelerini harekete geçiren şey erkeklerle eşit ve özgür cinsel ilişki yaşama istekleri oldu. Lezbiyenlik hiç bir zaman heteroseksüelliğe bir alternatif olarak sunalabilecek zemini elde edemedi. Önceden de belirtildiği gibi, lezbiyenlik ancak 1990'ların sonlarından itibaren yavaş yavaş feminist hareketin gündemine girmeye başladı. Son yıllarda yayınlanan bazı feminist dergilerdeki yazıların, lezbiyenlik konusunda sessiz kaldıkları ve bu konuyu görmezden geldikleri için feminist söylemlerin önceki tutumlarını eleştirdikleri görülür.

Hem Britanya hem de Türkiye'deki dergilerin heteroseksüelliğe yönelik saplantılı ilgilerinin yanında, kadınlar arasındaki arkadaşlık, aile ilişkileri, iş arkadaşlığı gibi diğer ilişki biçimlerine görece olarak az ilgi gösterilir. Dergilerin eşcinselliğe yaklaşımları, 'normal' bir kadının ve kadın cinselliğinin toplumsal olarak heteroseksüel bir çerçevede kurulduğunu varsayar. Geyleri ve lezbiyenleri ilgilendiren konulara çok az yer verilmesinin nedeni, okuyucuların çoğunun beyaz, orta-sınıf ve heteroseksüel olmasına bağlanabilir. Bir yazı hariç dergiler etnisite gibi, örneğin siyah

[13] Maggie Humm, *The Dictionary of Feminist Theory*, (İkinci Baskı) (Londra: Harvester Wheatsheaf, 1995), s. 149.

bir kadın ya da siyah bir lezbiyen gibi diğer azınlıkları ilgilendiren konuları da ele almazlar.

Sonuç olarak, bu çalışmada incelenen kadın dergilerinde çağdaş kadınsılığın kurulması ağırlıklı olarak cinsellik yoluyla ve erkeklerle ilişkili olarak tanımlanır. Bu aynı zamanda kadın kimliği için de bir çerçeve oluşturur. Kimlik oluşturma sürecinde, moda ve güzellik kadın cinselliğinin görsel imgelerini biçimlendiren önemli etkenler olarak vurgulanır. Kadınsılığın temsil biçimleriyle ilgili iki önemli nokta göze çarpar: Bunlardan ilki, güzel ve sağlıklı bir bedene sahip olmak; kadınlar vücut-bakımıyla ilgili konulardan açıkça zevk alır; ikincisi ise, kadınların bunu erkeklerden ziyade kendileri için yaptıklarının ima edilmesidir. Güzellik ve moda reklamları gibi kadın bedeninin ticari amaca hizmet eden temsili aracılığıyla dergiler, kadın bedenine bakmanın getirdiği görsel zevki arttırır.

Dergilerde kullanılan görsel kodların, lezbiyenlerin görsel zevkine de hitap edip etmedikleri sorusunu akla getirir. Lezbiyen bakış açısına göre bu görsel kodların algılanması, Reina Lewis'in de ortaya koyduğu gibi, kadınların başka kadınların bedenlerine bakmayı, onlara hayran olmayı ve kendilerini onlarla özdeşleştirmeyi öğreten kadın dergilerinin sadece lezbiyenler için değil tüm kadın okuyucular için erotik bir algı potansiyeli taşıyan bir deneyimdir.[14] Benzer bir şekilde McRobbie, kadın dergilerindeki kadınsı görüntülerin hem heteroseksüel hem de lezbiyen kadınlara bir takım hazlar sunduğunu öne sürer, ancak söz konusu kadın imgelerinin "arzuyla değil hoşlanmayla ilgili olduğuna"[15] işaret eder. Ona göre, lezbiyenlerin arzularına hitap edebilecek imgelerden dikkatli ve bilinçli olarak kaçınılır. McRobbie şöyle devam eder: "güzellik ön plana çıkarılarak kurulmuş bu kadınsı imgeler haz duygusu kadar endişeyi de içerir. Ticari dergiler bu endişeden kendilerini kurtaramadıkları gibi lezbiyen arzusunun dergilerin moda ve güzellik sayfalarında görsel olarak ne anlama gelebileceği sorusuyla da yüzleşemezler."[16] Popüler kadın dergileri doğaları gereği muhtemelen lezbiyen arzularla hiçbir zaman

[14] Reina Lewis, 'Looking Good: The Lesbian Gaze and Fashion Imagery', *Feminist Review*, No:55, (Bahar 1997), 92-109, (s. 94).
[15] McRobbie, 1996, s.189.
[16] a.g.e.

yüzleşmeyecek, ama yine de bazı reklamların görsel kodlarının zaman zaman lezbiyen çağrışımlar yaptığı görülür.

1990'ların Kadını: Kendinden Emin ve Kararlı

Dergilerde vurgulanan hâkim temalardan biri kendine güven ve kararlılık. Kadınlarla samimi bir şekilde konuşan ve onlara bireysel olarak hitap eden söz konusu dergiler, okuyuculara umut ve kaçışın yanı sıra bazı çözümler de sunar. Maddi, fiziksel, psikolojik ve duygusal sorunların nasıl üstesinden gelinebileceğine dair tavsiyelerde bulunurlar. Kendi kaderini tayin etmenin önemli olduğunu ve okuyucuların kendi yaşamlarını daha fazla kontrol edebilmelerinin ihtimal dahilinde olduğunu öne sürürler. Yeterince çaba gösterdikleri takdirde kadınların sorunlarını çözebilecekleri dergilerin verdiği en önemli mesajlardan biri.

Britanya dergilerinde 1990'ların 'yeni kadın' imajı, kendine güven, iddialı ve kararlı olmak gibi kişisel niteliklerin öne çıkarılmasıyla inşa edilir. Bu 'yeni kadın' başarılı, çekici, seksi ve bir kariyer sahibi olmayı umar. 'Cosmo kızı' *Cosmopolitan* tarafından oluşturulan bu 'yeni kadın' imajının iyi bir örneğidir. Kısacası, bu dergilerde kurulan kadınsılık imgesi hem iş yaşamında hem de kişisel yaşamda başarıyı gerektiriyor. 1980'lerin süperkadın mitinin 1990'ların Britanyalı kadın kimliği için yumuşatıldığı görülür. Dergilerin sunduğu bu 'yeni kadın'ın ataerkil sistem içinde kadınlara atfedilen ev içi geleneksel sorumluluklara sahip olması beklenmez.

Britanya dergilerinde, özellikle de *Cosmopolitan*'da, kendine güven genellikle dış görünüş ve cinsel açıdan çekici olmakla özdeşleştirilir. Başlığı 'Self-confidence' (kendine güven) olan *Cosmopolitan*'daki yazılardan biri bu yaklaşımı açıkça ortaya koyar:

> *"Aynadaki sen misin? Eski imajını geride bırak ve gerçekte kim olduğunu gör. Geçmişte çekici olmayı becerememiş olmanın hatırası bazı kadınlarda derin bir güvensizlik duygusu yaratarak ilişkilerini ve iş yaşamlarını etkiler."* (Nisan 1995, s.38-40)

Burada güzellik miti ve tüketici söylemleri tarafından geliştirilen dış görünüş ve kadının çekiciliği kavramları vurgulanır. *Cosmopolitan*'da aynı zamanda, kadınların kendilerine olan inançlarını, çevrelerinde olup bitenleri sorgulama ve değiştirme konusunda güçlü oldukları düşüncesi de desteklenir.

Cosmopolitan'da yayınlanan diğer bazı yazılar, feminist söylemlerin popüler ve tüketici söylemlere dahil edilme biçimlerine ilişkin örnekleri genişletir. Yazılardan biri 'İçgüdülerine güven' başlığını taşır (Ağustos 1995, s.98-100); kadınlık hakkında olumlu duygular uyandırılır ve şöyle denir: "Bir sorununuz varsa ve ne yöne gideceğinizi bilmiyorsanız başkalarından tavsiye almak yerine, kendi sezgilerinize güvenerek hareket etmeyi deneyin. Kendinize inandığınızda harika şeyler olacaktır." 'İçsel gücüme nasıl ulaştım' (Ekim 1995, s.133-6) başlığıyla yayınlanan başka bir yazı kadınların gücünü ve başarısını vurgular: "B. Valley hayatını değiştirmek için gerekli gücü kendi içinde aradı ve sonunda son on yılın en etkili baskı gruplarından biri olan Kadınların Çevrecilik Ağı'nı yarattı". Kişisel gelişim, kişisel tatmin ve güçlü olmaya ilişkin yapılan vurgular feminist söylemlerin kişiselleştirilmesi yolundaki eğilimi yansıtır. Böylelikle, Britanya dergilerinin feminizm kavramını kullanma biçimleri, dergilerin feminizmi kişiselleştirdiğini ve feminizmin değerlerini kendi çizgilerinde yeniden tanımladığını gösterir; çünkü kendi ideolojileri ve piyasa çıkarları açısından en faydalı yolun bu olduğu düşünülür. Bu nedenle dergiler, kadınların yaşamlarını olumlu yönde değiştirmeye teşvik ederken, kişisel bilgi ve kendine güven konularında kendilerini geliştirmeleri gerektiğini vurgular. Ancak farklı kadınların paylaşabileceği ortak konular ya da sorunlara, örneğin annelik hakları gibi, yer verilmediği görülür. Bu da, Britanya dergilerinde ataerkil kültürü değiştirmek için kolektif aktivizm öneren herhangi bir girişimin olmadığına işaret eder.

Türkiye'deki dergilerde de kendine güven ve kararlılık gibi kişilik özellikleri üzerine vurgu yapılır; ancak tarzları ve mesajları Britanya dergilerinden oldukça farklılık gösterir. *Kim* ve *Kadınca*'da düzenli olarak yayınlanan editoryal yazılar, okuyucuları kaderciliğe saplanmak yerine özgür seçim yapmaları yolunda her zaman yüreklendirir ve sadece koşulları gerçekten zorlayanların bunu başarabileceğini öne sürer. "Kendine güvenmelisin. Kendinden emin ol" (*Kim*, Mayıs 1995, s.134) gibi başlıklar altında bu konuları ayrıca ele alan bazı yazılar da bulunmaktadır. *Kim* ve *Kadınca*, kadınlara kendilerinden emin olmalarını ve risk almalarını, kamusal yaşamda ve özel yaşamlarında daha aktif olmalarını, hayır demeyi öğrenmeleri gerektiğini ve buna benzer şeyleri

önerir. Örneğin, *Kadınca*'da (Ağustos 1995, s.56-7) "Keşke hayır diyebilsem!" başlığıyla yayınlanan bir yazı, kadınların genelde kendilerinden çok başkalarını mutlu etmeye çalıştıklarını öne sürer: "Kadınlar hayır demeyi öğrenirlerse daha mutlu olacaklar." Kadınları kendi bireyselliklerinin farkına varmaları, bir birey olarak kendilerine saygı duymaları ve diğer insanların beklentilerini değil kendi istediklerini yapmaları doğrultusunda yüreklendirir. Bu yazılar, kadınlarda özgüven eksikliği olduğunu ima ederek, bedenleri ve cinsellikleri de dahil olmak üzere yaşamlarının hemen hemen her alanında kendilerine güven duymalarını destekler.

Genel olarak evlilik öncesi cinsel ilişkinin kabul görmediği bir toplumda, kadınların çoğu cinsellik konusunda deneyimsizdir ve cinsel ilişkiye girenler de genellikle kendilerini suçlu hissederler. Türkiye'deki dergiler bu konuya da değinir ve kadınlara nasıl kendilerinden emin bir şekilde, rahatlıkla cinselliklerinin tadını çıkarabilecekleri konusunda öğütler verir. Örneğin, *Kim*'de "Kendimden eminim ve sevgilimle yatakta kendimi iyi hissediyorum" (Temmuz 1995, s.120-2) başlığıyla yayınlanan bir yazı şu önerilerde bulunur: "Sevişirken selülitlerinizi düşünmeyin ve sevgilinizle zevk aldığınız şeyi yapmakta tereddüt etmeyin. Kendinizden eminseniz, yatakta kim olduğunuzu kabul ediyorsanız mutlu ve tatmin edici bir ilişkiniz ve seks hayatınız olacaktır." Bu türden yazılar kadını bir 'birey' olarak her anlamda güçlendirmeyi amaçlar ve bireylerin iç dünyaları da dahil olmak üzere yaşamlarını ve koşullarını daha iyi yönde değiştirmenin olasılıkları üzerine odaklanır. Bireye yapılan vurgu, Batı'nın erken dönem 'pragmatik' liberal feminist düşüncesiyle karşılaştırılabilir: 'Kadına bir birey olarak ve 'kişisel' bir tonla seslenen dergiler, 'gerçek' kadınların kişisel ve gündelik yaşam deneyimlerinden örnekler sunarlar. Dergilerin kullandığı dil ve kadın konularına kişisel ve politik yaklaşımları aşağıda ayrıntılı olarak incelenecek. Burada verilen örnekler, Türkiye'deki kadın dergilerinin 1980'lerde feminist grupların insiyatifiyle başlayan bilinç yükseltme sürecine kısmen de olsa katkıda bulunduklarını gösterir.

Nasıl özgür ve bağımsız bir modern kadın olunabileceği konusunda *Kim* ve *Kadınca*'da çeşitli listeler sunulur. Britanya dergilerinde 'yeni kadın'a vurgu yapılırken, buradaki dergilerde ve genelde Türkiye'de modernizm kavramı üzerine neredeyse saplan-

tılı bir şekilde vurgu yapılır. Modernizm, Batı dünyasıyla ilişkilendiren bir kavram olduğu için, Türkiye'de herhangi bir şeyin modern olarak nitelendirilmesi önem kazanır. Bunun arkasında yatan esas neden, 1923'de Türkiye Cumhuriyeti kurulduğundan beri dayatılan modernleşme ideolojisidir. Dergilerin okuyucuları da verilen listeleri okuyarak ne yapacağını, nerede nasıl davranacağını ve kadın kimliğini nasıl anlamlandıracağını, dolayısıyla nasıl modern bir kadın olabileceğini öğrenir. Kadınları bekaretlerinden kurtulmaya ya da ekonomik bağımsızlıklarını elde etmeye, yani kadınların özgürleştirilmesi yönündeki tutumları teşvik eden bu listeler, Türkiye bağlamında, İslami ve ataerkil ideolojilere karşı geliştirilen söylemler olarak değerlendirilebilecek düşünceler içerir. Bu düşüncelerin temsilini tabii ki feminist politikaların popüler kültür üzerindeki etkileri biçimlendirmiştir. Feminizm kapsamındaki konuları vurgulayan dergilerin, çağdaş feminist hareketlerin kazanımlarından yararlanmış ya da yararlanmak isteyen ve bunun sonucunda cinsiyet ve toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin daha fazla farkında olan bir kadın okuyucu kitlesini varsaydıklarını ve bu kitleye hitap ettiklerini gösterir. Ancak, dergilerin oluşturduğu bu 1990'ların modern Türkiyeli kadınından, 1980'lerde Batı'da yaratılan süperkadın kavramına benzer bir şekilde, hem kamusal alanda hem de özel alanda her konuda başarılı olması beklenir. Kadınlar kamusal alanda daha aktif bir rol almaya teşvik edilirlerken, satır aralarındaki okumalar, zaman zaman kadınların aileyi ve duygusal ilişkileri muhafaza etmekle ilgili sorumluluklarının ima edildiğini gösterir.

Sonuç olarak, geleneksel kadınsılık anlayışı ile özdeşleştirilen domestik konulara *Cosmopolitan*, *New Woman*, *Kadınca* ve *Kim*'de oldukça kısıtlı bir yer ayrılır. Yemek ve ev dekorasyonu gibi konular 'kişisel tarz'ı ifade edecek biçimde işlenir. *Kadınca*'da yemek ve ev dekorasyonu gibi ev yaşamına ait konulara hiç rastlanmaz; ancak ev ürünlerine ilişkin reklamları diğer dergilere göre daha sık yayınladığı görülür.

Dergiler kadın-erkek arasındaki farklılıkları vurgulayarak, kadınları bu farklılıklara değer vermeye ve keyfini çıkarmaya teşvik eder. Toplumsal cinsiyet ilişkilerinin yeniden düzenlenmesi için önerilerde bulunulur ve bu önerilerde kadınsılığa değer atfedilir. Kadınsılıkla özdeşleştirilen bazı olumsuz özelliklere olumlu an-

lamlar yüklenir ve bu özellikler kişisel gelişimi sağlamak için kullanılır. Örneğin *Cosmopolitan*'da savunmasız (vulnerable) olmak kadınsılıkla özdeşleştirilir ve şu şekilde ele alınır: "Bize güvenin... Savunmasız olduğunuzu hissetmek iyi bir şeydir. Düşünmek, anlamak ve hayatımızda değişiklikler yapıp kendimizi daha güçlü hissetmek için bize fırsat sağlar." (Kasım 1995, s.148-150) Kadın dergileri tarihsel olarak her zaman kendilerine özgü yollarla ve farklı düzeylerde kadın değerlerini kutsamış ve teşvik etmişlerdir. 1970'lerin sonlarından itibaren toplumsal cinsiyet kuramlarında kadın kimliği ve kadınlara atfedilen geleneksel değerler yeniden değerlendirilerek önem kazanmıştır. Batı'da radikal feminizmin içerisinden doğup gelişen kültürel feminist hareketle birlikte, kadınsı niteliklerin olumlu yönlerine yapılan vurgu da arttı. Alice Echols'a göre kültürel feminizm:

> *"Kültürel açıdan erkeğin değer kazanması, kadının değerinin düşürülmesi sürecini tersine çevirmeyi amaçlayan kültürel bir hareketti. Bugünün terminolojisiyle,... kültürel feministler genelde kadınlığı yüceltmeyi amaçlayan... ve kadınları, kadının farklılığı ilkesi etrafında örgütlemeye çalışan özcü düşünceye sahiptir."*[17]

Kadınsılığa ilişkin bu yeni yaklaşım, bazı feministlerin, özellikle kadınların tüketici olarak görüldüğü alanlarda ve medya ile ilgili araştırma projelerinde çalışmalarını da beraberinde getirdi. Feminist kuram ve araştırmalardaki bu gelişme, feministlerin kadın dergilerine ve kadınlara yönelik diğer bazı popüler kültür türlerine karşı daha az eleştirel olmalarına yol açtı; çünkü artık bu yayınlar kadın kimliğinin inşasında kadınsılık ve feminizm söylemlerini birleştirmeye çalıştı.

Dergilerde, bir yandan kadınsı niteliklerin yüceltilmesine gidilirken, diğer yandan erkeklere atfedilen bazı değerlerin itibar kaybettiği görülür. Erkekler arzu edilebilir ama aynı zamanda tehditkar, tatmin olmayan, vefasız, vb. özelliklerle temsil edilir. İlginçtir ki vefasızlık dergilerde yalnızca bir erkek özelliği olarak

---

[17] Alice Echols'den alıntı (1989, s.6-7) içinde, Tania Lienert, 'On Who is Calling Radical Feminists "Cultural Feminists" and Other Historical Sleights of Hand', (der.) Diane Bell & Renate Klein, *Radically Speaking: Feminism Reclaimed* (London: Zed Books, 1996) 155-168, (s.157).

görülmez. Eşlerini aldatan erkeklerin yanı sıra eşlerini aldatan kadınların durumunu da tartışan yazılara rastlanır ve aldatma eyleminin neredeyse kadının güçlü hissetmesinin bir yolu olarak önerildiği görülür. *New Woman*'da "Siz olsanız aldatır mıydınız?" başlıklı bir yazı (Nisan 1995, s.48-50), insanların değiştiğini, şartların değiştiğini, dolayısıyla kadınların da aldatma hakkındaki görüşlerini değiştirebileceklerini belirtir. Dergi, kadın cinselliği hakkında önemli bir tespit yapar; sadece erkeklerin değil kadınların da aldatabileceğini söyleyerek, kadın cinselliğine atfedilen ve genel kabul gören (edilgen) değerlere meydan okur. Bu yazıda, evlilikleri sırasında diğer erkeklerle ilişkiye girmiş ve bundan asla pişmanlık duymamış üç kadın konu hakkındaki görüşlerini anlatır. *Kim* ve *Kadınca* ise, erkeklerin vefasız olma nedenlerini sorgular ve kadının edilgen cinselliğine karşı erkeğin cinsel özgürlüğünü genel kabul gören hâkim düşünceye eleştirel yaklaşır. *Kim* toplumdaki bu eşitsizliği göz önüne alarak toplumsal cinsiyet rollerini tersine çevirmeye ve bu gibi durumlara ender de rastlansa, kadınların eşlerine sadakatsizlik ettikleri durumları haklı çıkarmaya çalışır. Bu konunun işleniş biçimi, bir erkeği elde etmenin ve elde tutmanın yollarını teşvik etmekten, kadınların tek bir erkekle sınırlı kalmayan cinsel haz ve arzularını vurgulayan kadın dergilerinin söylemindeki bir değişime işaret eder. Kadınsılıkla ilgili geleneksel görüşlere meydan okuyan bu dergilerin, 1990'lar kadını için biraz daha özgürleştirilmiş öznellikler sunduğunu söyleyebiliriz.

Analizler, kadın dergilerinin kadın olmak ve kadın olmanın getirdiği sorunlarla ilgili konuları ele aldığı görüşünü destekler. Medya metinlerinin belli özelliklere sahip hayali bir hedef kitleye hitap etmelerine rağmen, burada incelenen kadın dergilerinin tek bir kadınlık anlayışı olmadığı görülür. Kadınlar arasındaki 'farklılık'ın tanınmasında iki temel etkenden bahsedilebilir. Bunlardan birincisi, piyasayı genişletmek amacıyla pazarlama tekniklerinin, farklı kadınları da içine alarak kadınları heterojen bir grup olarak kabul etmesidir. Pazarlama stratejileri, aynı metin içinde, örneğin bir kadın dergisinin herhangi bir sayısında, kadın kimliğine dair birbiriyle çatışan, çelişkili görüşlerin ele alınmasına izin verir. Diğer bir etken ise, dergilerin üretim sürecinde yer alan profesyonel genç kadınların kişilik özellikleridir.

Kadın dergisi piyasasında çalışanlar, iyi bir eğitim görmenin yanı sıra 1970 ve 1980'lerin feminist tartışmalarının içinde yetişmişlerdir. Yani sonuç olarak bu grup, kadın yanlısı cinsel ve toplumsal cinsiyet politikaları konusunda belli bir bilince sahiptirler. Ancak bu, ille de birbirleriyle tutarlı oldukları ve kadınları ilgilendiren tüm konularda her zaman aynı fikirde oldukları anlamına gelmez. Feminist konuları ele alış tarzlarında çoğu zaman birbirleriyle çelişirler. McRobbie'nin de gözlemlediği gibi, "kadın dergileri bir dizi farklı, zaman zaman birbirini tamamlayan, zaman zaman da çelişkili kadın öznelliklerini bir arada yaşatır".[18] Dolayısıyla, burada incelenen kadın dergilerinin kadınsılığı heterojen bir şekilde kurgulaması büyük ölçüde dergilerde çalışanların kendilerinin farklı kadın öznelliklerini tanımalarına bağlanabilir. Elbette bu konuda okuyucuların rolü de göz ardı edilmemelidir. Örneğin, cinsel tavsiyelerin eski ve ciddi dili 1990'ların genç kadın okuyucuları tarafından şüphesiz reddedilirdi. McRobbie'nin de işaret ettiği gibi, onların yerini daha açık-uçlu, daha az yargılayıcı bir kadınsılıklar dünyası almıştır.[19]

Yeni Bir Fenomen: Erkeksiliğin ve Erkek Kimliğinin Temsili

Kadın dergileri geleneksel olarak kadınlara hitap eden bir popüle kültür formudur. Ancak, pembe diziler kadar olmasa da kadın dergileri de kadın okuyucuların yanı sıra erkek okuyucu kitlesinin ilgisini çekme girişimleriyle biraz değişim geçirmişlerdir. Bazı dergiler okuyucularının yaklaşık yüzde 10-15'inin erkek olduğunu iddia eder.* *Kadınca* ve *Kim*'in karşı cinsin ilgisini çekme konusundaki tutumları Britanya dergilerinden farklılık gösterir. Kapak sayfalarında bazen erkek modeller kullanan editörler, bu girişimi 1990'ların başında getirdikleri yeniliklerden biri olarak tanımlar. Kazancıbaşı, *Kadınca*'nın erkeklere karşı olduğu ya da feministlerin erkeklerden nefret ettiği şeklinde yanlış bir izlenim vermek istemediklerinden dolayı bu stratejiyi uyguladıklarını söyler. Kadınların sorunlarının hem kadınları hem de erkekleri

[18] McRobbie, 1996, s.189.
[19] a.g.e.

* Örneğin bkz. 1995'de *Kim*'de yayınlanan piyasa araştırmasının sonuçları.

ilgilendirdiğine ve bu nedenle beraber çözüm aramaları gerektiğine işaret eder (Mülakatlar, s.266).

Kim 1995'de yayınlanan sayıların ikisinin kapak sayfasında erkek model kullanmıştır. *Kadınca*'nın da 1996'daki Aralık sayısının kapak sayfasında yarı çıplak bir erkek modeli kullandığı görülür. Derginin manşeti şöyledir: "Şimdi erkek modeller çıplak poz veriyor". Türkçe yayınlanan kadın dergileri içerisinde okuyucular ilk defa *Kadınca*'da yayınlanan bir kaç çıplak erkek model fotoğrafıyla karşılaşmış oldu.

Britanya'da çıplak erkek model fotoğrafı yayınlama alanında öncülüğü, 1996 Temmuz sayısında *Cosmopolitan* yaptı. İki ay sonra derginin 'Sevgili Cosmo' adlı bölümünde yayınlanan okur yorumları, fotoğrafların okuyuculardan (en azından bazılarından) olumlu tepkiler aldığını, dahası çıplak erkek görüntüleri yayınladığı için dergiye tebrikler geldiğini gösterir. Okuyuculardan biri duygularını şu şekilde ifade eder:

> *"'Cosmo'yu yıllardır almıyordum, ancak Temmuz sayısında sundukları güzellikleri duyunca dayanamadım!.. Bunu düzenli olarak yayınlanan bir bölüm haline getirmeyi düşünmelisiniz. Çünkü bu benim gelecekteki müşterilerinizden biri olmamı kesinlikle garantileyecektir. 1990'ların kadınları, erkekler gibi kendi cinselliklerinin de ciddiye alınmasını, ihtiyaçlarının ve arzularının karşılanmasını istiyor."*[20]

Çıplak erkek modellerin temsili ve onlar üzerine yapılan bu gibi yorumlar, öncelikle *Cosmopolitan*'ın kadınların cinsel arzularını anlamaya çalıştığını, ikincisi de okuyucular arasında okuduğu derginin bazı ihtiyaçlarına ve arzularına cevap vermesini bekleyen bir kitle olduğunu gösterir. Kadın dergilerinde gözlemlenen bu gelişme, "bakma/bakış" (gaze) konusunun burada tekrar tartışılmasını gerekli kılar. Laura Mulvey "Visual pleasure and narrative cinema"[21] adlı ünlü makalesinde, sinemanın erkek bakışını nasıl ürettiğini ve yeniden ürettiğini ele alır. Mulvey, sinemada kadınların bir görüntü olarak nasıl inşa edildiğini, bakmanın toplumsal cinsiyetini ve (voyeuristic) zevkini incele-

---

[20] *Cosmopolitan*, Eylül 1996, s.12.

[21] Laura Mulvey, 'Visual Pleasure and Narrative Cinema', *Screen*, vol. 16, no.3, Sonbahar 1975, s. 6-18.

mek için Freudyen ve Lacanyen psikanalize başvurur. Bakmaya ilişkin hazzı iki farklı konuma ayırır: erkekler bakan, kadınlar ise 'bakılan' konumundadır - her ikisi de erkeğin arzusunu ve tatminini ifade eder.

Erkeğin 'bakanın cinsel nesnesi' olarak temsil edilmesi kadın dergileri açısından devrimci bir tavır olarak görülebilir. Zira, Liesbet van Zoonen'in de belirttiği gibi, kadının bakılacak bir görüntü olarak erkek izleyicinin bakışına sunulması batılı ataerkil kültürün temel unsurlarından biridir.[22] Bunu en bariz biçimde yapan pornografi, reklamlar, moda, bazı televizyon programları ve Holywood sineması gibi diğer popüler kültür biçimleri kadın bedeninin arzu ve fantezi nesnesi olarak sergilenmesi üzerine kurulmuştur. Uzun zamandan beri süregelen, kadını erkek bakışı için bir görüntü nesnesi olarak kurma geleneği, yüksek kültürün yanı sıra popüler kültürün de ortak bir özelliği olmuştur. Ancak reklamlar, filmler, pembe diziler, kadın dergileri ve erkek striptiz şovları gibi erkek bedenini teşhir eden popüler kültür formlarına olan ilginin giderek artmasıyla, bakılan cinsel nesnesinin artık sadece kadınla sınırlı kalmadığı görülür. Bu, heteroseksüel kadın röntgenciliğinin de artık söz konusu olduğu anlamına gelir. Bakılan kişi olmak bundan böyle sadece kadınların kaderi değilmiş gibi görünebilir. Tüm bu gelişmeler yine de, kadın bakışının hazzı ve bunun olabilirliğinin yanı sıra erkek bedeninin görsel hazzın nesnesi olarak kurulmasıyla ilgili önemli soruları gündeme getirir.

Erkek bakışını açıklamak için yukarıda tartışılan Mulvey'in tespitini bir adım ileriye götüren yine Mulvey'in kendisi ve Mary Ann Doane,[23] varolan ataerkil kültür içinde bakma eyleminin yapısını tersine çevirmenin söz konusu olamayacağını öne sürer. Mulvey ve Doane'ın, farklı yaklaşımlarla da olsa, erkeklerin kadınlara bakışını açıklarken kullandıkları psikanalitik çerçeve kadının bakan özne olma olasılığını dışarıda bırakır. Kadın bakışının ancak erkek izleyici konumunun mazoşist bir uyarlaması olabileceğini iddia ederler. Bu tespit, erkek izleyici konumunu kuram-

---

[22] Liesbet van Zoonen, *Feminist Media Studies*, (Londra: Sage, 1994), s.87.

[23] Mary Ann Doane, 'Film and the masquerade; theorizing the female spectator' adlı makalesinde bu düşüncelerini ayrıntılı bir biçimde tartışır. *Screen*, 23(3-4), 1982, s. 41-58

sallaştırmada yetersiz kaldığı için sorunludur. Çalışmanın amacını aştığı için bu konu üzerinde daha fazla durulmayacak.

John Berger, *Görme Biçimleri* (1972) adlı kitabında kadınların erkeklere kendi bakış açılarından bakabilmelerinin olabilirliğini inceler ve şu tespitleri yapar:

> *"Erkekler davrandıkları gibi, kadınlarsa göründükleri gibidirler. Erkekler kadınları seyrederler. Kadınlarsa seyredilişlerini seyrederler. Bu durum, yalnız erkeklerle kadınlar arasındaki ilişkileri değil, kadınların kendileriyle olan ilişkilerini de belirler. Kadının içindeki gözlemci erkek, gözlenense kadındır. Böylece kadın kendisini bir nesneye –özellikle görsel bir nesneye- seyirlik bir şeye dönüştürmüş olur."*[24]

Yukarıda tartışılan çalışmalar kadın bakışının ancak sınırlı ihtimaller içinde mümkün olabileceğini vurguluyor. Ancak, yukarıda bir *Cosmopolitan* okurunun da ifade ettiği gibi, 1990'larda 'postfeminist' kuşak olarak adlandırılan genç kadınların 'cinsel arzu'yu fazla sorunsallaştırmadan kabul ettikleri görülür. Kadın okuyucuların seyrine sunulan erkekliğin yeni temsilleri, tüm hiyerarşileri ve toplumdaki özne/nesne ya da erkek/kadın gibi geleneksel ikilikleri bulanıklaştırmayı amaçlayan postmodern söylemlerin bir etkisi olarak değerlendirilebilir. Metin analizinin işaret ettiği gibi, dergilerde kadınların cinsel arzusu ve hazzı eskiden olduğu kadar bastırılmıyor.

İçinde yaşadığımız bu kültürel ortam, erkek bedenini 'kadın bakışı'na sunmanın aslında erkek normlarını kadınlara dayatmanın başka bir biçimi olup olmadığı sorusunu akla getirir: erkekler bakmanın hazzına sahipler, o halde kadınlar da buna sahip olmalıdır. Erkeklerin kadınları erkek gözüyle algılanan klişelere ittiğini ve erkek bakış açısıyla kadınları yeniden yarattıklarını öne sürmek çok basit bir yaklaşım olacağı gibi, aynı zamanda kadın arzusunu da tamamıyla inkar etmek anlamına gelir. Burada şu tarihsel gelişimi hatırlatmakta yarar var: Kadın arzusu ya da eksikliği antik Yunan'dan bu yana, örneğin erekt olmuş penis görüntülerini "iyi talih belirtisi, korkuluk ya da mülklerinin bek-

[24] John Berger, *Ways of Seeing*. (Londra: BBC and Penguin Boks, 1972), s.47.

çisi"[25] olarak gören egemen erkek dili tarafından tanımlanır, erkeklik ise güçlü, aktif ve bakan özne olarak görülür. Yunan erkeği bedenini bir tanrı gibi algılar, güçlü hisseder ve narsisizmi sayesinde diğer insanların onu beğenip beğenmeyeceğine aldırmadan bedenini teşhir eder. Erkeklerin ve diğer kadınların beğenisine sunulmak amacıyla teşhir edilen, dolayısıyla narsisizm içermeyen kadın bedeninin temsilinin aksine, erkeğin bedeninin bu şekilde teşhir edilmesi günümüz kültüründe de devam eder. Berger'in işaret ettiği gibi, kadınlar kendilerini erkeğin gözünden, onun bakış açısından görürler.

Erkek bedeninin arzu nesnesi olarak sunulmasını engelleyen ataerkil değerlere rağmen, bu yüzyılın ikinci yarısından itibaren bazı popüler kültür formları kadınlara da erkek bedenine bakmaları için fırsatlar sunmuştur. En bariz örneklerin arasında erotik resimler, rock yıldızlarının posterleri, melodramlar ve beyaz diziler yer alır. Örneğin, 1950'lerden itibaren birçok melodramı inceleyen J. Byars, kameranın kullanılma ve bakış açısı oluşturma biçimlerinin "kadın arzusunun olumlu ve utanılmayacak bir biçimde ifade edilmesine"[26] olanak sağladığı sonucuna varır. Günümüzden örnekler, spor fotoğrafçılığında, erkek pin-uplarda, reklamlar ve *Playgirl* gibi kadınlara hitap eden soft-porn dergilerde bulunabilir. Ancak, tüm bu örneklerde erkek bedeninin temsilinin, tamamıyla gerek (eşcinsel) erkeğin gerekse kadının bakışının kontrolüne bırakılması engellenmiştir. 1980'lerde yapılan çalışmalar, kadın hazzı için erkek bedeninin görselleştirilmesi sürecinde ataerkil sistemin getirdiği kısıtlamalara işaret eder.[27]

Bu kısıtlamalar çeşitli biçimlerde kendini gösterir. Örneğin, bu çalışmada incelenen kadın dergilerindeki çıplak erkek modellerin temsiliyle bir takım paralellikler gösteren pin-upları inceleyen Richard Dyer'ın da (1982) gözlemlemiş olduğu gibi, erkek pin-

---

[25] Zoonen, 1994, s.97.

[26] J. Byars, *All That Holywood Allows: Re-reading Gender in 1950s Melodrama*, (Chapell Hill, NC: University of North Carolina Pres, 1991), s.178.

[27] Örnek için bkz., Ien Ang, 'Mannen op zicht. Marges van het vrouwelijk voyeurisme', *Tijdschrift voor Vrouwenstudies* (Journal of Women' Studies), 4(3), 1983, s.418-35; Richard Dyer, 'Don't look now', *Screen*, 23(4), 1982, s.61-74; Anthony Easthope, *What a Man's Gotta Do: The Masculine Myth in Popular Culture*, (Londra: Paladin Books, 1986).

upların görselleştirilmesi kadınlarınkinden belirgin bazı farklılıklar gösterir. Buna göre, bir erkek doğrudan kameraya baktığında, bakışı, kadının davetkar tebessümünden oldukça farklı bir anlam taşır. Dyer, 'erkek pin-up'ın, en müşfik olduğu anlarda bile, gözlerini kendisini gözetleyene diktiğini iddia eder.[28] *Kim*'in erkekler bölümündeki erkek modeller ile *Kadınca* ve *Cosmo-politan*'daki çıplak erkek modellerin temsili, Dyer'ın erkek pin-uplar hakkında yaptığı gözlemleri doğrular niteliktedir. Erkek model hem bakılan hem de bakan konumundadır. Christian Metz bakmakla ilgili olarak film üzerine yazarken, "Film teşhircidir ama aynı zamanda değildir de"[29] der; Metz'in bu tanımıyla, erkek bedeninin kadın hazzına sunulma biçimi arasında bir benzerlik tespit etmek mümkündür.

Röntgencilik tek yönlü ve sabit bir olgu değildir, bir kaç çeşidi vardır. Erkek bedeninin temsili söz konusu olduğunda, erkek bir yandan kendisine bakıldığını reddederken, bir yandan da birilerinin onu izlediğini bilir, böylece belirsizlik devam eder. Burada Freud'un fetişizm ve inkar kavramları işin içine girer. Erkek ona yönlendirilen bakışı doğrudan geri çevirdiği için, bakan ve bakanın nesnesi olma arasındaki mesafe hiç bir zaman kapanmaz. Böylelikle, erkeğin 'aktif' bakışı kadın izleyiciyi tedirgin eder, bu da erkek ve kadının görsel temsillerindeki geleneksel güç dengesinin devam ettiğini gösterir.

Çıplak erkek modellerin keskin ve etkileyici bakışlarına ek olarak, bazen okuyucu onları yakından tanıyormuşcasına yüzlerinde arkadaşça bir tebessüm vardır. Erkek bedeninin bu şekilde temsil edilmesi, estetik kompozisyon ve ışıklandırma yoluyla oluşturulan çıplak erkek bedeninin cinselliğinin bir ölçüde inkar edilmesine neden olur. Tüm bunların yanı sıra erkek modellerin isim ve soyadlarının fotoğrafların altında yer alması ve geçmişleri hakkında bir takım bilgiler verilmesi, çıplak erkek bedeninin sadece bir beden değil de bütünlüklü bir birey olarak temsil edildiğini gösterir. *Playgirl* üzerine yaptığı araştırmada Ien Ang[30] de kadın bakışına sunulan erkek bedeninin temsilinde benzer göz-

[28] Dyer, 1982, s.66

[29] Christian Metz, *The Imaginary Signifier*, (Bloomington: Indiana University Pres, 1982), s.93.

[30] Ang, 1983.

lemlerde bulunur. Yukarıda belirtilen teknikleri kullanarak oluşturulan temsiller, yani *Playgirl* erkeğini cinsel bir nesneden ziyade romantik bir nesne olarak kuran *Playgirl*'ün pornografisi ile *Playboy*'unki arasında bariz farklılıklara dikkat çeker. Bu çalışmalardan, erkek bedeninin nesneleştirilme biçimiyle kadın bedeninin nesneleştirilmesinin hiç bir şekilde kıyaslanamayacağı sonucunu çıkartabiliriz.

Erkek bedeninin bu tarz temsillerinden yola çıkarak, kadın bedeninin erkek arzularını tatmin ettiği kadar erkek bedeninin kadın arzularını tatmin etmediğini söyleyebiriz. Yine de dergilerin, erkek bedenini kadın hazzına sunma girişimleri, erkek egemen kültürün içinde röntgenciliğin (voyeurism) bir boyutu olarak görülebilir ki bu da dikkate alınması gereken bir şeydir. Çünkü bu girişim, kadın hazzının meşrulaştırılmasına ve geliştirilmesine yol açar. B. Martin'in işaret ettiği gibi, 'erotik' erkek fotoğraflarının çağrıştırdıkları şeyler açısından olumlu bir potansiyele sahip oldukları söylenebilir:

> *"Birincisi, varolan temsil ve pratikleri genişletmek; ikincisi, bu temsil ve pratikleri ikili cinsiyet ve cinsellik modellerine meydan okuyan şeyler olarak yorumlamak; üçüncüsü de, egemen kültürel formları altüst ederek yeni söylemler, temsiller ve kimlikler oluşturmak açısından."*[31]

B. Martin'in yorumu akla şöyle bir soru getiriyor: editörler, toplumsal cinsiyet temsillerindeki hiyerarşileri yok etmenin bir yolu olarak bakan özneyi tersine çevirmeyi yeterli görüyorlar mı? Başka bir deyişle, editörler bu yöntemi kadınla erkeğin eşitlenmesi olarak gördükleri dar bir bakış açısına mı sahipler, yoksa kadınların toplumdaki ikincil konumuna ve kadın bedeni üzerindeki erkek kontrolüne meydan okumak amacıyla atılan bir adım olarak mı değerlendirirler?

Bu çalışmada incelenen dergilerin büyük ölçüde ikinci görüşü desteklediği söylenebilir. Örneğin, *Kadınca*'da çıplak erkek modellere eşlik eden bir metin şu ifadeyle başlar: "çıplak erkek bedeninin erotizminden zevk almak bizim de hakkımızdır" (Aralık, 1996, s.34). Bu beyan, kadınların medya ve popüler kültür

---

[31] Alıntı yapılan yayın: Ann Brooks, *Postfeminisms: Feminism, Cultural Theory and Cultural Forms*, (Londra: Routledge, 1997), s.199.

tarafından cinsel nesneler olarak kullanıldığına ve erkeklerin de bunu zevkle izlediği gerçeğine işaret eder. Yazar, acaba kadınlar erotik erkek fotoğrafları görmek ister mi, ya da tam tersi, kadınlar çıplak erkek bedenlerine bakmaktan hoşlanmazlar mı konularını sorgular. Bu sorulara kesin cevaplar vermez, ancak erkek bedeninin erotizmi artık reklamlarda kullanıldığına göre, reklamcıların bu konudaki kadın arzusunu fark etmiş olmaları gerektiğini söyler. Yazar, kadın okuyucuların erkek bedenine bakmaktan zevk alacaklarını varsayar ve şöyle der: "Yabancı dergilere ulaşamıyorsanız üzülmeyin, yakışıklı ve cesur Türk erkekleri de çıplak poz veriyor". Editörlerin amacı ne olursa olsun, erkek bedeninin kadın hazzına sunulması iki açıdan önemlidir: öncelikle kadınların 'özneler' olarak sunulması açısından ki bu, ikinci dalga feminizmin temel hedeflerinden biri olmuştur, ikincisi de reklamcıların erkek cinselliğini ticari değeri olan bir ürün olarak tanımasıdır, bu da yalnızca kadınların değil erkeklerin de cinsel arzularının nesneleştirilen/nesneleşen göstergeler olarak konumlandırılmasına izin verir. Bu argüman, içinde yaşadığımız gerçekliği tamamıyla yansıtmayabilir, ancak sonuçta Zoonen'in de belirttiği gibi, popüler kültürde temsil edilen kadın ve erkek imajlarını nesne/özne-etken/edilgen-erkeksi/kadınsı gibi geleneksel ikilikler çerçevesinde değerlendirmek giderek zorlaşıyor; bu durum kadınların görsel hazzına (voyeuristic pleasure) ilişkin gelişmelere işaret eder.[32] Gerçekten de dergilerin kadınların görsel hazzı için alan açma çabaları, yukarıda B. Martin'in de işaret etmiş olduğu gibi, toplumsal cinsiyet ve cinselliğin kalıplaşmış temsillerini tersine çevirmeye çalışarak yeni söylem, temsil biçimleri ve kimlikler oluşturmanın bir yolu olarak görülebilir.

Tüm dergiler erkeksiliğin değişen yönlerini ele alır; ama yaklaşımları ve kullandıkları dil birbirinden farklılık gösterir. *Cosmopolitan* ve *New Woman* erkeklere sık sık duygusal ilişkileri, cinsellikleri, ev işlerinde daha fazla sorumluluk almak ya da ekonomik açıdan eşlerine bağımlı olmak gibi değişen erkeksi değerler hakkında kendilerini ifade etme şansı verir. Bu dergiler ayrıca, erkeklerin kadınlar ve feminizm hakkındaki görüşlerine de yer verir. Örneğin, *Cosmopolitan*'da bir erkek yazar, Joseph O'connor, zaman zaman feminizme sempatiyle yaklaşır ve

[32] Zoonen, 1994, s.103.

erkek olmanın getirdiği sorunları ele alır. Bir yazısında, 'Yeni Erkek' olarak tanımladığı kişilerin karşılaştığı kimlik bunalımlarını ele alır. Kadın hareketinin kadınları güçlendirdiğini, ancak erkeklerin kimlikleri konusunda kafalarını karıştırdığını söyler. O'connor bu durum karşısında erkeklerin nasıl hissettiğini şöyle açıklar:

> *"Yeni Erkek olmaya çalıştık. Bize kadınların istediği şeyin bu olduğu söylenmişti. Ama işe yaramadı... çünkü kadınlar her zaman ama her zaman evrimsel olarak bir kaç adım ilerimizde. Bu nedenledir ki, tam da Yeni Erkek Kulübü'nün maaşlı bir üyesi haline geldiğimiz noktada kadınlar bizi terk etti ve artık bunu istemediklerine karar verdi... kadınlar Yeni Erkeğin aslında eski erkeğin üstüne çağdaş bir kılıf geçirilmiş hali olduğuna karar verdi. Yeni Erkek, erkeklerin güçsüz, kararsız ve genelde işe yaramaz halinin sadece başka bir biçimiydi ve şimdi kadınlar, -eğer hâlâ onları istiyorlarsa- güçlü, kendinden emin ve Chippendales gibi sağlam yapılı erkekler istiyor."*[33]

Yazar, 'gerçek erkekliğin' geleneksel kodlarını kırmaya çalışarak, erkeksiliğin geçirdiği dönüşümü ele alır ve kadınların özgürleşme hareketine paralel olarak erkeklerin erkeksiliği yeniden inşa etme çabalarına işaret eder. Ama yazar, "içinde yaşadığımız dünyanın bundan böyle erkeklerin dünyası olmamasına rağmen bazı şeylerin hiç bir zaman değişmeyeceği" sonucuna varır. Erkeğin egemen olduğu bir toplumda, kadınların menfaati için yapılan bazı değişikliklere işaret eder gibi görünse de, aslında erkeksi niteliklerin ve erkekliğin doğasının asla değişmediğini ima eder. Dolayısıyla, O'connor'un vermek istediği mesaj şu olabilir: toplumun ataerkil yapısında bazı değişiklikler yaşansa da erkeğin toplumdaki egemen rolü devam edecektir.

Kim ve *New Woman*'da erkekliğin ve erkek kimliğinin tartışıldığı özel bir bölüm bulunur, ama tarzları birbirinden oldukça farklıdır. Örneğin, *Kim*'de yaklaşık on beş sayfa ayrılan 'Bağımlı, Taraflı, İğneli Erkek Eki' isimli bu bölümde, alaylı bir dil kullanılır; erkeklerin zekaları, cinsellikleri, fiziksel görünümleriyle ve genel olarak ataerkil değerlerle dalga geçilir. Erkekleri ciddiye almaz ve sık sık klişe erkek karakterlerin parodisi yapılır. Kadınların

[33] Joseph O'Connor, 'Out of their depth: Why do men feel so insecure?' *Cosmopolitan*, Ekim 1995, s.16-17.

yıllardır medyada temsil edilme biçimlerini *Kim* erkeklere uyarlayarak onları temsil etmek için kullanır. Bu bölümün kapak sayfasında, 'Bu ayın güzeli' başlığıyla tanıtılan erkek model, bakan erkek öznenin yerini kadın almış gibi sunulur. Bu strateji, ironi yoluyla toplumsal cinsiyet temsillerini tersine çevirme çabası olarak görülebilir. *Kim* rolleri ters yüz ederek, kadınların ve erkeklerin stereotipik temsillerine meydan okuyan popüler kadın dergisi olma kimliğini güçlendirir.



Derginin diğer bölümlerinde parlak kuşe kağıt kullanılırken bu bölümde daha düşük kaliteli kağıt kullanılır ki, bu da dergiyi hazırlayanların erkekleri ve erkeksi değerleri küçümseme amacına katkıda bulunan bir unsur olarak görülebilir. Bu sayfalar 'gerçek' bir erkeğin neye benzediği konusunda fikir verir: kaba ve bakımsız. *Kim*'in erkeklerin temsilinde kullandığı alaylı dil diğer dergilerden çok daha güçlüdür. Asena, derginin bu benzersiz yaklaşıma sahip olmasının nedenini şöyle açıklar: "Geçmişte *Kadınca*'yı yayınlarken her şeyi fazla ciddiye aldık ve erkeklere saldırdık. O dönemde *Kadınca*'nın söylemi daha ziyade saldırgan ve cüretkardı. Örneğin, 1980'lerde erkeklere 'domuz' dedik ve nasıl sevişileceğini, bir kadını nasıl mutlu edeceklerini bilmediklerini ve buna benzer şeyler söyledik." (Mülakatlar, s.272). Asena, feminist aktivistlerin çabalarıyla gerçekleşen değişimler sayesinde son yıllarda erkeklerin hem kadınlar hem de kendileri hakkında bazı şeyler öğrenmiş olduklarını öne sürer ve "bu yüzden, erkekler de dahil olmak üzere önceden ciddiye aldığımız şeylerle şimdi dalga geçiyoruz" der. Asena'ya göre, diğer dergilere oranla bu alanda daha deneyimli bir ekip oldukları için[34] toplumsal cinsiyet konularına daha cesur yaklaşırlar. *Kim* aynı zamanda erkeksiliğin geçirdiği dönüşümü de ele alır; okuyucularını 'Yeni Erkek' imgesinin nasıl bir şey olduğu ve hangi tip erkeklerin 'in', hangilerinin 'out' olduğu konusunda bilgilendirir. *Kim* 'Yeni Erkek' kavramı hakkında erkek ve kadınlarla röportajlar yapar ve onların görüşleri doğrultusunda ünlü erkekleri *in* ve *out* olarak sınıflandır. (1995 Nisan, s.52-5) Çağdaş kadının 1990'larda bir erkekten beklentileri hakkında ipuçları veren bu makaleyle *Kim* tavrını açıkça ortaya koyar.

New Woman, "Erkekler: diğer yarısı nasıl düşünüyor" başlığıyla düzenli olarak yayınladığı erkekler bölümüne yaklaşık beşaltı sayfa ayırır. Ana konunun tanıtıldığı ilk sayfada erkek modeller kullanılır. Dili *Kim*'de olduğu kadar alaycı değildir ve yazıları yazanlar, röportajları yapanlar erkeklerdir. Erkek yazarlar, erkeksi değerlerin geçirdiği dönüşümü ve değişimlere karşı duygu-

[34] Burada Asena'nın kastettiği, kendisinin ve ekibinin kadın dergisi yayıncılığı alanında toplumsal cinsiyet konularını dile getirmede daha donanımlı olduklarıdır. Bu bölümün başında da belirtildiği gibi, Asena *Kim*'i kurmadan önce uzun bir süre *Kadınca*'nın editörü olarak çalışmıştı.

larını ve görüşlerini açıklamak için erkekler adına konuşurlar. Kadınlar ve ilişkiler üzerine olan görüşleri, Britanya'da 'Yeni Erkek'in yaşadığı deneyimleri açığa vurur. Örneğin, "Kadınlarla birlikte yaşamanın gerçekleri" başlıklı bir yazıda, beş erkek kadınlarla beraber yaşamak ve gündelik yaşamla başa çıkmak için nasıl bir orta yol bulduklarını ya da bulamadıklarını anlatır: "Kimin neyi –çamaşır, yemek, temizlik- yapacağı ve hatta uzaktan kumandayı kimin elinde tutacağı konusunda bile sürekli tartışıyoruz." (Eylül 1995, s.130-2) Dergi, geleneksel erkeksi değerlere eleştirel yaklaşan tartışmalara da yer ayırır. Bu genellikle, yumuşak bir şekilde 'erkekler....yı neden kabul etmiyor' sorusu sorularak yapılır. *Kim*'in yaptığı gibi erkeksi değerleri küçümsemek ve aşağılamak yerine, *New Woman* 'Yeni Erkek'in kimlik sorunlarını ve kadınlarla ilişkilerini tartışabileceği bir alan açmaya çalışır. Bu tür konuları ele alıp inceleyen kadın dergileri, yalnızca kadınlara kadınsılıklarını yeniden tanımlayabilecekleri, kadınlara atfedilen özelliklerin dönüşümünü tartışabilecekleri ve toplumsal cinsiyet temelli ve kadınların cinselliğini de kapsayan kimliklerini oluşturabilmeleri için uygun zemini oluşturmakla kalmayan, aynı zamanda, kısıtlı olmakla beraber, erkeklere de aynı konuları tartışabilecekleri alanı sağlayan bir kültürel form olarak görülebilir.

Aile ve Evliliğe 'Yeni' Yaklaşımlar

Britanya'da yayınlanan birçok kadın dergisini inceleyen Ballaster *vd.*'ne göre, çoğu kadın dergisi kişisel ve duygusal ilişkilerin yanı sıra, çocuklar, aile ve arkadaşlık gibi konularla da ilgilenir.[35] Bu çalışmada incelenen dergilere bakıldığında ise kişisel, duygusal ve cinsel ilişkileri tartışmaya çok geniş yer ayırırdıkları ama kadınların aile yaşamlarından hemen hemen hiç söz etmedikleri görülür. Okuyucuların çoğunun bekar olduğunu varsayarak genç, özgür, bağımsız ve bekar olmak gibi özellikleri ön plana çıkarırlar. Bununla birlikte, kadınları düzenli, sağlıklı kişisel ilişkiler geliştirme ve mevcut olanları koruma konusunda bilgilendiren, onlara tavsiyeler veren ve yüreklendiren söz konu-

[35] Ros Ballaster vd., *Women's Worlds: Ideology, Femininity and the Women's Magazine*, (Londra: Routledge, 1991), s.137.

su kadın dergileri için bekarlık geçici bir durum olarak görülür. Dolayısıyla bu konudaki belirsizlik hiçbir zaman çözülmez. *New Woman*'ın yaptığı bir anketin sonuçları da okuyucuların bu konudaki düşüncelerini destekler niteliktedir; örneğin okuyucuların %75'inden fazlası kendilerini 20 yıl içinde evli kadınlar olarak görür. (*New Woman*, Kasım 1995, s.62-6) Bu nedenledir ki, özellikle de Britanya dergilerinde, iş yaşamını, anne ve eş olmayı bir arada yürütmeye çalışmanın zorlukları pek tartışılmaz.

Türkiye'deki dergilerde bu konuyu ele alan bazı yazılara rastlanır. Örneğin, *Kadınca*'da yayınlanan bir yazı çalışan annelerin ikilemlerini ele alır ve okuyucular çocuk sahibi olduktan sonra da iş yaşamına devam etmek için teşvik edilir. Bu konular *Kim*'de iki yazıda feminist bakış açısından eleştirel ve analitik bir biçimde tartışılır. "Erkeklerin gözüyle kadınlar: Azizeler ve fahişeler" başlığıyla yayınlanan yazı şöyle devam eder: "Erkekler kadınları, iyi ve kötü olarak ikiye ayırma eğilimindedir. İyi kadın imgesi bir eş, anaç, yumuşak ve güvenilir bir kadındır. Kötü kadın imgesi ise bağımsız, özgür, cinsel cazibesi olan ve bu yüzden de tehditkar bir kadını temsil eder." (*Kim,* Kasım 1995, s. 70-2) Başlığı "Yeni Kadın, Geleceğin Kadını: Kendine Güvenen ve Doğal" (Ağustos 1995, s.54-7) olan başka bir yazıda *Kim*, günümüz toplumunda kadının konumuyla ilgili Avrupa'da yapılan bir ankete referans vererek sonuçlarını, "Kadınlar mükemmel bir kadın olmadığı gerçeğini kabul etti", "Geleneksel evkadını öldü', 'Anneliğe evet, evliliğe hayır" gibi altbaşlıklar altında tartışır. Makalenin yazarı Hülya Yıldırım, yazıya Türkiye'deki kadınlarla ilgili kendi yorumlarını da ekler: "Türkiye'deki kadınlar Avrupalı kadınlardan daha fazla sorun yaşıyor, çünkü burada kadınlar on yıl önce Avrupa'da yaratılan süperkadın mitine hâlâ inanıyor. Türkiye'deki kadınlar yaşamlarının her alanında, bir anne, bir eş ve çalışan kadınlar olarak ellerinden gelenin en iyisini yapmaya çalışıyor ama kocalarından yeterli desteği almıyorlar." Bu yazının da işaret ettiği gibi, Türkiye'de kadın hareketinin Batı'dakinden yaklaşık on yıl sonra başladığı göz önüne alınırsa, Türkiye'deki kadınların yaşamının Batılı kadınlara kıyasla daha yavaş değiştiği görülür. Başlıca değişimin, kadınların iş sahasındaki konumlarında ve kamusal alanda olduğu gözlemlenebilir. Birinci bölümde de belirtildiği gibi, 1990'lı yıllar itibarıyla Türkiye'de ücretli işte çalışan kadın

sayısı artmıştır. Bu nedenle Türkiye'de kadınların kamusal alanda bir birey olarak yer almalarının görece yeni bir gelişme olduğu söylenebilir. Türkiye'ye özgü bu toplumsal özelliklerden dolayı, *Kim* ve *Kadınca*'da kadınların evin dışındaki işlerini ve ev işlerini bir arada yürütme konusunda teşvik edildiği söylenebilir.

Türkiye'deki dergiler evlilikle ilgili birbirleriyle çelişen yaklaşımlar sergiler. Kadınların baskı altında tutulup suistimal edildiğini düşündükleri aile kurumuna çoğu zaman eleştirel yaklaşırlar. Okuyucuları evlilik fikrinden caydırmaya yönelik ve feminist sloganlar niteliğinde yazılar yayınlarlar. Diğer taraftan, toplumsal ve ailevi baskılardan kendilerini kurtarmanın bir yolu olarak kadınlara evliliği öneren makalelere de rastlanır. Dergiler, içinde yaşadığımız toplumun geleneksel kültürel normlarını kadınların ikincil konumlarının temel nedeni olarak kabul eder; ama ironik olan şudur ki, kadın bakış açısından yeni bir sistem kurmaya çalışmak yerine varolan ataerkil kültürü temel alan bir takım çözümler sunar. Bu durum, kısmen aile kurumunun Türkiye'deki statüsüyle açıklanabilir: Türkiye'nin geçirdiği radikal ekonomik ve toplumsal değişimlere rağmen aile bağları halen güçlüdür ve evlenmeden birlikte yaşamak toplumun çoğu kesiminde kabul görmez; bu nedenle kadın ve erkeğin cinsel yaşamları için kabul edilebilecek neredeyse tek geçerli yol evliliktir. Dergiler kendi feminist anlayışlarından yola çıkarak, kadınların ailenin diğer üyeleri tarafından kontrol edildikleri ve baskı altında tutuldukları için aile içerisinde bağımsız bir birey olamadıklarını vurgular. Böylece, birçok farklı görüşün yanı sıra, evlilik aynı zamanda bireysel bir kimlik kazanmanın 'güvenli' bir yolu olarak da görülür.

Aile, Türkiye'deki politikacılar için her zaman çok önemli ve hassas bir konu olmuştur. Aile içi ilişkileri düzenleyen ataerkil normların meşruiyeti, aile ile ilgili yasaların değişmesi yoluyla doğrudan ve tam "vatandaşlık" tanımına kadınların dahil edilmesiyle dolaylı olarak bir ölçüde azalmıştır.[36] Kadın sivil toplum örgütleri ve feministler aile ile ilgili kanunların Türkiye'nin 1985'de imzaladığı CEDAW anlaşması doğrultusunda değiştirilmesi için

[36] Deniz Kandiyoti, 'Patterns of Patriarchy: Notes for an Analysis of Male Dominance in Turkish Society' içinde *Women in Modern Turkish Society*, (der.) Şirin Tekeli (Londra: Zed Boks, 1995), s. 306-318 (s.308).

yıllarca çok çaba gösterdi. Nihayetinde 22 Kasım 2001 tarihinde TBMM'de kabul edilmiş ve 1 Ocak 2002'de yürürlüğe konmuş yeni 'Türk Medeni Kanunu', aileyle ilgili yasaların çoğunu kadınların lehine değiştirdi. En önemli maddelerden biri, aile içinde kadın erkek eşitliğini sağlamak üzere, kocanın ailenin reisi olduğunu öngören düzenleme kaldırılmış, evlilik birliğinin yönetiminde eşlerin eşit olduğu kabul edilmiştir. Ancak bu ve diğer pek çok yasanın uygulamada sorunlu olduğunu, her fırsatta kurumsallaşmış veya bireysel erkek iktidarının baskın olduğunu belirtmekte yarar var.

2000'li yıllardan 1980'li yıllara geri döndüğümüzde, o dönemde ataerkil sistemin kurumlarına kadınlar lehine değişiklik önermek 'radikal' bir eylem olarak değerlendirilirdi. Örneğin, Duygu Asena gibi 1980'lerdeki çalışmalarıyla bu kurumları hedef alan bazı feministler 'radikal feminist' olarak adlandırılmıştı. Asena'nın ilk kitabı[37] kamuoyunda uzun süre tartışma yaratmış, sonrasında ise hükümet tarafından yasaklanmıştır. Asena'ya göre bu kitap verdiği mesaj yüzünden çocuklar için tehlikeli bulundu. Kitabın mesajının 'mutlu değilseniz, kaçın', yani ailenizden ve/veya kocanızdan, başka bir deyişle erkek egemenliğinden kaçın, olduğunu söyler Asena. Kadın hareketinin, kadın-erkek ilişkilerinin daha eşit ve demokratik olması yolunda bir istek ve bilinç yaratmasına rağmen, Asena'nın mesajı yine de otoriteler ve bazı gruplar tarafından eleştirilmiştir. Bu örnek, Türkiye'de bir kadının kimliğinin ailesi ya da kocasıyla olan ilişkisi üzerinden tanımlandığını ve bu nedenle de bir kadının ya birinin kızı ya da birinin eşi olarak tanındığını gösteren birçok örnekten sadece biridir. Günümüzde de benzerlerine rastladığımız bu tür örnekler genellikle kadınların toplumda hâlâ bağımsız bireyler olarak görülmediğinin göstergesidir.

Britanya dergileri de evliliğe şüpheci ve eleştirel yaklaşır ve yayınladıkları bazı yazılarda geleneksel erkek-merkezli yaşam biçimlerine alternatifler sunar. *Cosmopolitan*'da yayınlanan yazılardan biri Hollywood yıldızlarının evliliklerini ele alır, bir diğeri ise hükümetin aile ve evlilikle ilgili politikalarını eleştirir: "Devlet aşk hayatınızı yönetmeli mi?: 'Günahkar olmak' ibaresi bugün bir

[37] Duygu Asena, *Kadının Adı Yok*, (47. Baskı), (İstanbul: Milliyet Yayın A.Ş., 1994)

hayli geçersiz görünüyor, öyleyse hükümetimiz neden sadece evliliğin toplumu kurtarabileceği fikrini desteklemeye devam ediyor?" (*Cosmopolitan*, Mayıs, 1995 s.31-2). Bunlar, ataerkil değerlerin kurumlar aracılığıyla kadınlara dayatılmasını reddeden ve *Cosmopolitan*'ın gündeme getirdiği bazı sorulardır. Diğer yandan *New Woman*'ında yayınlanan "Evlilik öldü mü yoksa sadece kendini kötü mü hissediyor?" (Kasım 1995, s.62-6) başlıklı yazı evliliği sorgular. Başka bir yazıda ise toplumun kadınlardan beklediği roller eleştirilir.

"'Sizin kabusunuz hangisi?' Evlilik ve bebekler. Küçük kızlar bunun için yaratılmamışlar mıdır? Bazı kadınlar için düşüncesi bile panik atağa yol açabilir... Toplum pek çok kadını halen esas görevlerinin eş ve annelik olduğuna inanmaya zorluyor. Ama bizden bu görevi mükemmel bir şekilde yerine getirmemiz beklendikçe, hepimiz korkmaya başlıyoruz." (*New Woman*, Şubat 1995, s.60)

Bu yazıların içerisine yedirilmiş feminist söylemler, ataerkil kültürün normları olarak değerlendirilen aile ve evlilik kurumlarına eleştirel yaklaşır. Britanya dergilerinde yer alan bu tür yazılar, sorunlar için herhangi belli bir çözüm önermemelerine rağmen, özel alanda erkek egemenliğinin meşruiyetini sorgular ve varolan güç ilişkilerine meydan okumak için bir yol önerir. Bu konuları kamusal alanda tartışmaya açmak ve geleneksel erkek-merkezli yaşam tarzlarına alternatifler oluşturabilecek bir alan yaratmak, kadın dergilerinin feminizmle olan ilişkisi ve geleceğe yönelik oluşumlar açısından önemli görünmektedir.

Cosmopolitan dışında diğer dergiler bebek sahibi olmanın getirdiği sorunları ve sorumlulukları da kısaca tartışırr. Bu dergiler, çok ender de olsa anne ve kızları arasındaki ilişkilere de değinir. Çoğunlukla anne-kız arasındaki çatışmalar vurgulanır. Dergiler arasında yalnızca *Kadınca*'da babalıkla ilgili iki yazıya rastlanır. Başlıkları şöyledir: "Baba olmak evliliği ve erkekleri nasıl etkiler?" (Mayıs 1995, s.68-72) ve "Sıradışı bir baba-kız ilişkisi" (Şubat 1995, s.64-6)

Kadınların sağlık sorunları günümüz kadın dergilerinin hemen hemen hepsinin sayfalarına girmiştir. Bu kitapta incelenen dergiler de bu konuları ele alır; başlıca konular menopoz, doğum kontrolü, tıbbi araştırmalarda toplumsal cinsiyet ayrımı, kadınlar

ve kalp hastalığı, kadınlar ve göğüs kanseri, kadınlar ve sağlık sigortasıdır. Dergilerin kadınlara sağlıklarına nasıl dikkat etmeleri gerektiği konusunda bilgi vererek, kadınların bedenleri hakkında bilinçlenmelerine ve kendilerine güvenmelerine yardımcı olduğu görülür. Bu gibi konuların ticari kadın dergilerine dahil edilmesi, feminist düşüncelerin bu dergilerin söylemlerine çeşitli yollarla nasıl sızdığının bir başka göstergesidir.

Feminist Değerlerin İstihdam ve Kariyer Alanındaki Yansımaları

İstihdam ve kariyerle ilgili konulara *Kim* hariç diğer dergilerde yer verilir. İçerik analizi bu temanın dergilerde benzer bir şekilde işlendiğini gösterir. *Cosmopolitan* ve *Kadınca* bu konuya özel bir bölüm ayırırken, *New Woman* diğer konularla birlikte ele alır. Söz konusu üç dergi arasında, başarılı iş kadınlarını tanıtmaları ve kadınların iş yaşamında karşılaştıkları zorlukları ve problemleri ele almaları açısından benzerlikler görülür. Ancak, bu sorunlar *Cosmopolitan*'da çoğunlukla kadın olmanın getirdiği sorunlar olarak temsil edilir; yani eşitsizlik ve ayrımcılık tartışmaslarıyla pek ilişkilendirilmez. Diğer yandan, *New Woman* ve *Kadınca* bu düzenle mücadele edilebileceğini ve değişimin mümkün olduğunu açıkça vurgular. Dergilerde sunulan bu olumlu kadın imgeleri, kadınlara neler yapabileceklerini göstermeleri ve kadınların kendilerini güçlü hissetmeleri için diğer kadınlara rol modeli oluşturmaları açısından önemlidir.

Kadınca'da "Çalışan Kadının Köşesi" ve "Kariyer" başlıklarıyla düzenli olarak yayınlanan iki bölüm bulunur. Bunlardan ilki genellikle iki sayfadan oluşur. Ünlü bir iş kadını ve iş dünyasında tanınmış bir ailenin üyesi olan Leyla Alaton, düzenli olarak 'Çalışan Kadının Köşesi' sayfasında yazar. Alaton bu köşenin amacını, "okuyucuları iş dünyasında seslerini duyurmaya, kendi paralarını kazanmaya, içlerindeki gücü geliştirmeye ve ifade etmeye çağırmanın yanı sıra kendi işlerini kurmaya teşvik etmek" (Şubat 1995, s.30) olarak açıklar. Alaton bazen belli bir konuya yoğunlaşır; bu, kadınları ve iş yaşamını konu alan bir kitap, son zamanlarda katılmış olduğu bir konferans ya da işyerlerinde kadının durumu olabilir. Giriş bölümünü okuyucuların mektupları ve Alaton'un onlara verdiği cevaplar takip eder. Üslubu 'Güzin abla'

üslubuyla benzerlik gösterir, ancak bu kez konu kadınların iş yaşamadır. Sorular ve okurların profili çeşitlilik gösterir. Mektupları yazanlar da çeşitlilik gösterir: Fransa'da yaşayan bir iş kadını, gelecekteki kariyeriyle ilgili karar vermeye çalışan bir öğrenci, çalışmak isteyen ancak ailesi ve nişanlısı arasında kapana kıstırılmış olan bir genç kız, kendine fazladan gelir kaynağı arayan emekli bir kadın, çeşitli konularda yardım ve tavsiye isteyen daha pek çok kadın... Mektuplar, bir kadının yabancı dilini nasıl kullanabileceği, resimlerini nasıl satabileceği, yabancı bir şirketin temsilciliğini almak için nasıl izin alabileceği gibi çok çeşitli konularda sorulan soruları içerir. Bu sorular, Batılı ülkelerde bir insanın iş bulma kurumundan ya da kariyer merkezlerinden kolaylıkla bilgi edinebileceği, meslek ya da ticaret yaşamının pratik yönleriyle ilgilidirler. Ancak Türkiye'de bu konular hakkında bilgi almak daha zordur çünkü diğer pek çok alanda olduğu gibi bu alanda da devlete ya da özel sektöre ait iyi örgütlenmiş bir bilgi iletişim ağı ya da yardım hattı yoktur. Bu açıdan bakıldığında, *Kadınca* bu konularda yardıma ihtiyacı olan kadınlar için faydalı bir kaynak teşkil eder.

Kadınca'nın kariyer bölümünde iki alt-tema bulunuyor; ilkinde iş yerindeki pratik konuları/sorunları ele alır ve iş arkadaşlarıyla nasıl başa çıkılacağı, patrona nasıl evet ya da hayır denileceği, paranın nasıl idare edileceği, iş yaşamında kadınların kendilerini nasıl geliştirebileceği, nasıl CV yazılacağı gibi konularda tavsiyeler verilir. İkincisinde ise, halihazırda kariyerlerinde başarılı olan kadınlar tanıtılır. *Kadınca*, Türkiye'de farklı mesleklerde çalışan yılın en başarılı kadınlarını seçmek için verilen ödüle önemli bir yer ayrır. *Kadınca* adayları belirler, okuyucular da onların arasından 'en iyileri' seçer. Adaylar arasında kadın milletvekilleri ve kadın hareketinin eylemcileri de bulunur. 1995'de dönemin Başbakanı Tansu Çiller, Türkiye'deki en başarılı kadın politikacı seçilmişti (Kasım 1995, s.52-5). Bu konuların sunumu, okuyucuların farklı alanlarda çalışan pek çok başarılı kadın olduğunu fark etmeleri yolunda bir girişim olarak görülebilir. Böylelikle dergi, kadınları (okuyucuları) iş yerinde ve politikada aktif rol almaya teşvik eder.

Kadınların kamusal alanda aktif olmaları için destek veren ve bu yönde tavsiyelerde bulunan *Kadınca*, editörünün de dile ge-

tirdiği gibi, başta belirlediği feminist fikir ve değerleri destekleme amacına ulaşır. *Kadınca* bu konularda açıkça feminist yanlısı görüşlere sahiptir. Gündeme getirilen konuların çoğu, doğrudan toplumsal cinsiyet temelli eşitsizlikler ve toplumsal cinsiyet ayrımcılığıyla ilgilidir. İşyerinde yaşanan cinsel taciz olayları tartışılır ve cinsel tacizin nasıl tanımlanabileceği konusunda ayrıntılı bilgi verilir. Örneğin, "Sessiz kalmayın, patronunuz tarafından cinsel tacize uğruyorsanız mücadele edin!" başlığıyla yayınlanan bir yazı (Mart 1995, s.76), bu hassas konuyu detaylı bir şekilde ele alır. Bu tür konuları sayfalarında tartışan *Kadınca,* toplumdaki bilinci yükseltmeye çalışır ve eskisine göre çok daha fazla kadının iş gücüne katıldığı ve birçoğunun ayrımcılığın yanı sıra cinsel tacize de maruz kaldığı gerçeğini okuyuculara ısrarla anlatır. İşyerinde cinsel tacize uğrayan ve ayrımcılıkla karşılaşan kadınları seslerini duyurmaya teşvik eder. Bu açıdan bakıldığında, *Kadınca*'nın uzun süredir sadece erkeklere ait olan bu yeni ortamla nasıl başa çıkacakları konusunda kadınları aydınlatmak anlamında önemli bir rol oynadığı öne sürülebilir.

Cosmopolitan bu temaya "Cosmo Careers" başlıklı düzenli bir bölüm ayırmıştır. Aylık sütunundan da anlaşılabileceği gibi *Cosmopolitan* için ücretli iş ile ilgili anahtar sözcük 'kariyer'dir. Derginin hitap ettiği okuyucu kitlesi eğitimli, orta-sınıf profesyonel kadınlar olduğundan, bu kadınlar halihazırda bir kariyere sahipler. Enerjik ve istekli olma fikri teşvik edilir. *Cosmopolitan*'ın kariyer bölümü mühendislikten yeni cazip işlere kadar kadınların yaptığı çok çeşitli işleri içerir, ayrıca sörfçü, solo davulcu, judo şampiyonu, avcı, vs. gibi genellikle kadınlar arasında fazla rastlanmayan alanlarda başarılı bir kariyere sahip kadınları tanıtır.

Başarının temeli olarak iddialı olma ve kendine güven kavramları vurgulanır. *Cosmopolitan* iş eğitimi, iş değiştirme, ofisteki sorunlarla başa çıkma yolları, zaman yönetimi, vs. gibi konulara yer ayırır. İşyerindeki sorunların üstesinden gelebilmek için kadınlara çeşitli eğitim programlarına katılmaları önerilir. *Cosmopolitan*, diğer eğitim programlarıyla ilgili bilgi vermenin yanı sıra okuyucularını kendi düzenlediği (kâr amacı gütmeyen) eğitim günlerine de davet eder. Bu bölümde verilen mesaj şöyle özetlenebilir: İddialı olun, rekabet edin ve başarılı olun. Kadınlar

yüksek bir hedef belirlemeye teşvik edilir ve başarılı oldukları zaman da onlardan övgüyle bahsedilir. *Cosmopolitan* okuyucularını, örneğin en iyi mektupları yazan okuyucuyu över. Rekabet etmenin önemine dikkat çeken bu derginin, Batılı ve Türkiye de dahil olmak üzere Batılı olmayan çoğu ülkede, 'kadınsılık' ve 'erkekliğin' sınırları içinde formüle edilen bir dizi basmakalıp algılamayı bulanıklaştırmaya çalıştığı görülür. Bu klişe toplumsal cinsiyet algılamalarına göre,

> *"'Kadınsılık' edilgenlik, itaat ve fedakârlıkla tanımlanırken 'erkeklik', mücadele, hâkimiyet ve güç gibi kavramlarla tanımlanır ve özdeşleştirilir. Oğlan çocukları ve erkekler rekabetçi, maceracı, kendinden emin ve hırslı erkekler olarak toplumsallaştırılırken, kızlar ve kadınlar bağımlı, edilgen, öznel, rekabeti sevmeyen ve kendine güvenmeyen kişiler olarak toplumsallaştırılır."*[38]

Çağdaş feministler geleneksel kadın rolleri ve klişeleşmiş toplumsal cinsiyet algılamalarına devamlı surette meydan okur. Bunun yanı sıra buradaki örneklerde de görüldüğü üzre, günümüzde ticari ve popüler söylemler pazar stratejilerini geliştirmek amacıyla feminist düşünceleri kendilerine mal ederler. *Cosmopolitan*'ın belli konularda toplumsal cinsiyet ayrımını karmaşık hale getirme ve değiştirme yolundaki tutumu, 1990'ların ideal kadın imajını yeniden tanımlama ve yeniden oluşturma çabası olarak görülebilir.

Başarılı bir kariyere sahip olmakla tüketim arasındaki ilişki *Cosmopolitan*'da oldukça açıktır. Dergide yayınlanan bir yazıda, idareci konumundaki kadınların sayısının arttığı belirtildikten sonra bu kadınlara American Express Charge Card edinmeleri önerilir ve kadınlar için özel bir fırsat sunulduğu da eklenir. (Ağustos 1995, s.68-9) Bu meşgul, başarılı kariyer kadınlarına ayrıca dijital bir ajanda edinmeleri de tavsiye edilir. Bütün bunlara dergide sunulan tipik iş kadını görünümünde, idareci kimliğine uygun giyinmiş, şık genç manken fotoğraflarını da eklersek tüketim ve kariyer arasındaki bağlantı daha da belirginleşir. Bu tem-

[38] Vicki Coppock, Deena Haydon ve Ingrid Richter, *The Illusions of 'Post-feminism': New Women, Old Myths*, (Londra: Taylor & Francis, 1995), s.19.

sil biçimi, bir yandan kadınların güçlenmesi anlamına gelirken - kadınlar önceden ekonomik güçleri kısıtlı olduğu için alışverişi ya erkeklerin yapmasını ister ya da bir şey satın almak için onlardan izin alırdı - diğer yandan kadınları daha iyi tüketiciler haline getirmek amacıyla feminist mesajların nasıl metalaştırıldığını da gösterir.

New Woman 1990 ortasında yapılmış bir araştırmaya dayanarak konuyu kısaca ele alır ve işyerindeki eşitsizlikler ve haklarını nasıl talep edebilecekleri konusunda kadınları bilgilendirir. Ayrıca kadınların bir işi yapıp yapamayacaklarına karar verilirken halen kadınların dış görünüşüne bakıldığına işaret eder. İncelenen yıllar içinde, *Cosmopolitan*'da işyerinde cinsel tacizi ele alan sadece bir yazı vardır. (Nisan 1995, s.102) İş yerinde kadınlara yönelik ayrımcılık *Cosmopolitan*'da nadiren tartışılır. Dergide bu konu 'rekabet' fikrinin desteklenmesi bağlamında ele alınır. Başlığı "Sevdiğimiz işverenler" (Ağustos 1995, s.12-8) olan bir yazı, kadınlara yönelik *gerçekten* birşeyler yaptıkları için 1995'de derginin düzenlediği Altın Yıldız Ödülü'nü kazanan şirketleri tanıtır. '*Gerçekten* kadınlar için birşeyler yapmak' ibaresi şunları kapsıyor: söz konusu şirketlerin cinsel ayrımcılığa karşı savaşmış olmaları, esnek çalışma saatleri düzenlemeleri ve şirket politikalarını daha fazla sayıda kadın çalıştırmak üzerine kurmaları. Cinsel ayrımcılık yasasının çok önceden geçmiş olduğu ve sözü geçen şirketlerin de 'eşit fırsat' politikalarını uyguladıkları göz önüne alındığında bu yazının içeriğiyle postfeminizm arasında bir paralellik kurulabilir. Ancak bu yazıda öne sürülen fikirler derginin son yıllardaki genel duruşunu yansıtmaz. Geçmişte farklı bir yaklaşıma sahip olmasına rağmen, *Cosmopolitan* artık bu tür konuları kendisini rakiplerinden farklı kılmak için kullanır ve ve bunu şu şekile ifade eder:

> *"Cosmo'nun diğer dergilerin dile getirmediği şeyleri söyleme konusunda bir ünü vardır. Ve bununla orgazmı kastetmiyoruz. Eşit ücret mitini ve Fırsat Eşitliği Komisyonu'nun zayıflığını açığa çıkardık... Bunlar diğer kadın dergilerinin 'okuyucularının ilgisini kaybetmek' korkusuyla ele almaktan kaçındıkları konulardır. Ancak posta kutumuza gelen mektuplardan anladığımız kadarıyla Cosmo okuyucularını heyecanlandıran tam da bu tarz konuşmalar."* (Ağustos 1995, s.12-8)

Burada öne sürülen iddialar iki nedenden dolayı çelişkilidir: birincisi, bu konular geçmişte tartışılmış olabilir ancak incelenen sayıların 'Kariyer' başlıklı bölümünde çok fazla ele alındığı görülmez. Bunun yerine ağırlıklı olarak parasal konular, teknolojik açıdan rekabet edebilme yeteneği, ofis yaşamının sorunları ve zorluklarıyla başa çıkma vs. gibi konular ele alınır. İkincisi, derginin okuyucuyu bu 'ciddi, önemli' konuları cinsellikle karıştırmaması konusunda uyarmasına rağmen, satır aralarını okuyarak, "okuyucuların ilgisini kaybetmek ve onları heyecanlandırmak" şeklinde cinsel bir ifade kullanılmasıyla cinselliğe bir gönderme yapıldığını düşünebiliriz. Bu örnek, kadın dergilerinde kullanılan dilin 'seksi' üslubunun cazibesine işaret eder.

Cosmopolitan'da kadınların istihdamı daha çok kariyer, tarz ve tüketim ile ilişkilendirilirken, *New Woman*'da, feminist hareketin de gündeme getirdiği kadınların 'gerçek' sorunları ele alınır. *New Woman* kadınlara başarılı bir mülakat gerçekleştirmek, takdir gördüğünde ne yapmak, zam istemek, hakkını aramak vs. gibi çalışma yaşamındaki gündelik sorunlarla ilgili tavsiyeler sunar. Bu konular 'Önde olmak için bilmeniz gereken her şey' başlıklı bir bölümde ele alınır. Sağlık, ilişkiler, iş, tatil, parasal sorunlar vs. gibi birçok kişisel ve toplumsal konu burada işlenir. 'Özel dünyaları...' başlıklı bölümde genelde medyatik kadınlar tanıtılır. Onların mesleklerine, çalışma rutinlerine ve gündelik yaşamlarına vurgu yapılır. Derginin bu amaçla seçtiği kadınlar çok çeşitlidir: sirk oyuncusundan mankene, *Spitting Image*[39] yöneticisinden bir rahibe ve striptizciye kadar pek çok kadınla bu sayfalarda söyleşiler yapılır. *New Woman* kadınların yaşamındaki hatırı sayılır çeşitliliği göstererek klişeleşmiş kadın imgelerinden uzaklaşır; böylelikle çok çeşitli kadın imgeleri inşa eder. Diğer bazı bölümlerde olduğu gibi bu bölümün amacı, kadınlar için hayali, ideal bir dünya yaratmaktan ziyade 'gerçek' kadınların yaşamlarını gösterme çabası olarak yorumlanabilir.

Feminist medya araştırmacılarının da işaret ettiği gibi, ataerkil toplumlarda kadınların politik, ekonomik alanlardaki ve diğer güç yapıları içindeki marjinal konumlarını değiştirmek için kadın-

[39] *Spitting Image*, Britanya'da 1980'lerden 1990'ların ortasına kadar yayınlanan, kuklalar yoluyla tanınmış kişileri hicveden popüler bir televizyon programının adıdır.

ların daha gerçekçi bir biçimde temsil edilmesi gerekmektedir. Burada üzerinde durulması gereken önemli konu, kadın dergilerinin ya da kadınlara yönelik diğer popüler kültür formlarının kadınların özel ve kamusal alanlardaki 'kenarda bırakılmışlık'larının üstesinden gelmeye ne ölçüde yardım etmeye çalıştıklarıdır. Bu ve diğer temalardaki analizlerin göstermiş olduğu gibi, kadın dergileri kuralları ve gelenekleri izin verdiği ölçüde erkek egemen toplumsal yapıyı sorgulamak ve onunla başa çıkabilmeye yarayacak çözümler sunmak için bir alan yaratmaya çalışır. Ancak önceden de vurgulandığı gibi, ataerkil sistemi dönüştürmek için alternatif modeller yaratan radikal değişiklikler önerecek kadar ileri gitmezler.

Farklı Feminist Anlayışların ve Feminist Politikaların Temsili

Bu temanın ele alınış tarzı Britanya ve Türkiye'deki dergiler arasındaki temel farklılıkların altını çizer. Dergilerin içeriği göz önüne alındığında, feminizmin her iki ülkede de etkili olduğu görülür. Ancak, Britanya ve Türkiye'de gelişen feminist hareketlerin kültürel bağlamları ve tarihleri birbirinden farklı olduğundan, iki ülke arasında 'feminizm' kavramının temsili ve algılanışı kaçınılmaz olarak farklılaşacaktır. İçerik analizi, Britanya dergilerinde feminist konuları açıkça ele alan tartışmaların çok az olduğunu gösterir. Bu dergilerde, feminist düşünceleri ve mesajları içeren çeşitli söylemler önemli alt metinler olarak dergilerin bütününe yayılmıştır. Öte yandan, feminizm, kadın hareketleri ve politikalarıyla doğrudan bağlantılı konular için ayrılan bölümler Türkiye'deki dergilerin yaklaşık üçte birini oluşturur. Cinsel özgürlük ya da fırsat eşitliği gibi daha önce de sözü edilen feminist söylemler, özellikle feminist eylemler ve tartışmalarla ilgili haberlere ayrılan sayfalarda açık bir şekilde temsil edilir.

Ballaster vd.'nin "feminizmin kabul edilebilir yüzü"[40] olarak adlandırdığı feminist ilkeler Batı'da 1980'lerden beri, gerek görsel gerek yazılı medyada popüler kültür metinleri söylemine dahil edilmiştir. Bu tespit genelde kadın dergileri, özel olarak da *Cosmopolitan* ve *New Woman* için geçerlidir. Winship'in işaret ettiği gibi, "büyük olasılıkla feministlerin çoğunluğu *Cosmo*'nun

[40] Ballaster *vd.*, 1991.

feminizme olan yaklaşımını reformist ya da uzlaşmacı bularak reddedecek ve sahiplenmeyecektir."[41] Çoğu feminist bu görüşü paylaşabilir, ancak bazı genç kadın dergilerinin, feminist söylemlerin ele almakta başarısız olduğu kadınları ilgirendiren bazı konuların yanı sıra kadın olmaktan kaynaklanan çelişkilerle de uğraştıklarını hatırlatmak gerekir. *Cosmopolitan* ve *New Woman* bu konuları kendilerine özgü bir biçimde ele alır ve kadın olmakla ilişkilendirilen sorunların çoğuna çözüm önerir. *Kim* ve *Kadınca* farklı bir bağlamda, gelişmekte olan ve İslami kültürün hâkim olduğu bir ülkede, kadınları ilgilendiren benzer sorunları ele alır. Bu tema, Britanya ve Türkiye'deki kadın dergilerini daha geniş bir bağlam içinde, feminist değerleri ve düşünceleri nasıl uyarladıkları ve temsil ettiklerini karşılaştırmak amacıyla üç alt-başlık altında incelendi.

Farklı Feminist Yaklaşımlar: Feminist Değerlerin Bireyselleştirilmesine Karşı Kolektif/Politik Aktivizm

Çalışmanın bulgularına göre, Britanya ve Türkiye'deki dergilerin feminizme yaklaşımları birçok açıdan birbirlerinden farklılık gösterir. *New Woman* ve *Cosmopolitan*'ın erkek baskısından kaynaklanan sorunlara getirdikleri çözümler, toplumsal düzenden ziyade ağırlıklı olarak kadınların öznelliklerini kapsar. Bunun sonucunda, bu dergilerde feminist düşünceler çoğunlukla bir tercih yapma meselesine ve tüketime indirgenir. Dergilerin bu yaklaşımı, 1980'ler ve 1990'ların başında kadınlar, kadınların yaşamları, seçenekleri, seçimleri konusunda öne sürülen ve Britanya dergilerinin popüler 'feminist' söylemlerini biçimlendiren 'egemen ideolojilerin' bir sonucu olarak görülebilir. Walter bu söylemleri *postfeminizm*[42] başlığı altında birleştirir.

Tüketim ve popüler kültür söylemlerinin içine sızan feminist söylemlerden genel olarak memnun olan pek çok Batılı kadın, feminizmi bugüne ait bir ideolojiden ziyade tarihsel bir ideoloji olarak görür. Bu görüş, *Cosmopolitan* ve *New Woman* da dahil olmak üzere günümüz kadın dergilerinin feminizm ve feminist

[41] Winship, 1987, s.115.

[42] Suzanna Walters, *Material Girls: Making Sense of Feminist Cultural Theory*, (Londra: University of California Pres, 1995), s. 117.

söylemlere yaklaşımında somutluk kazanır. Örneğin Linda Wood, 'hareketin sona ermediği ancak büyük savaşların kazanıldığı' gerçeğinin altını çizerek, *Cosmopolitan*'ı 'postfeminist' olarak tanımlar (Mülakatlar, s.253). İkinci dalga feminizmin temel hedeflerinin yeni gelişmelere uyarlanması ve tekrar gözden geçirilmesi sürecinde feminizmin ideolojik mücadelesi ve politikaları çoğunlukla görmezden gelinir. Altında yatan ideoloji dikkate alınmadan kullanılan terminoloji yüzeysel olarak benimsendiğinde, feminizm kavramı depolitize ve/ya tahrip edilmiş (gerçek anlamından saptırılmış) olur. Robert Goldman reklamlara gönderme yaparak "reklamların feminist *toplumsal* hedefleri bireysel yaşam biçimlerine dönüştürdüğünü"[43] öne sürer. (Dergiler daha sonra bu açıdan detaylı bir biçimde incelenecek.) Goldman'ın tespiti Britanya dergilerinde gözlemlenirken, önceden de belirtildiği gibi, bu dergiler aynı zamanda sağlık, istihdam, yasalar, tecavüz, kürtaj, vs. gibi feminist pratikleri kapsayan konularla da ilgilenir. Yine de, Britanya dergilerinde feminizm kavramı kadınları kişisel başarılara götüren bir araç olarak kullanıldığı için feminist düşüncelerin ve değerlerin neredeyse tamamen kişisel anlamda ifade edildiğini belirtmek gerekir. Aşağıda incelenen tecavüz konusu bu yaklaşımın bir örneğidir.

Britanya kadın dergilerinden farklı olarak, aile içi şiddet ya da tecavüz gibi erkek baskısına ilişkin çeşitli sorunlar Türkiye'deki dergilerde önemli yasal, toplumsal ve politik sorunlar olarak görülür ve bu yüzden çözümleri de çoğunlukla toplumsal düzen çerçevesi içine yerleştirilir. Bu gibi konular Türkiye'deki dergilerde Britanya dergilerine oranla daha sık yer alır. Örneğin, *Kim*'de tecavüz konusuna oldukça geniş yer verilir ve ayrıntılı bir biçimde ele alınır. Sorunun politik ve toplumsal yönleri sert bir üslupla tartışılır: "Karakollarda meydana gelen tecavüz olayları artıyor" (Eylül 1995, s.31); "Tecavüz yetkililerce teşvik ediliyor" (Temmuz 1995, s.28); "Tecavüze uğrayan kadının babası intihara teşebbüs etti, kocasıysa evi terk etti. Peki kadın ne yapmalı? Ona kim yardım edecek? Bu onun suçu değil" (Ekim 1995, s.33). Kamunun ve medyanın ilgisini çeken bazı tecavüz olayları feminist bakış açısından eleştirel bir üslupla okura aktarılır.

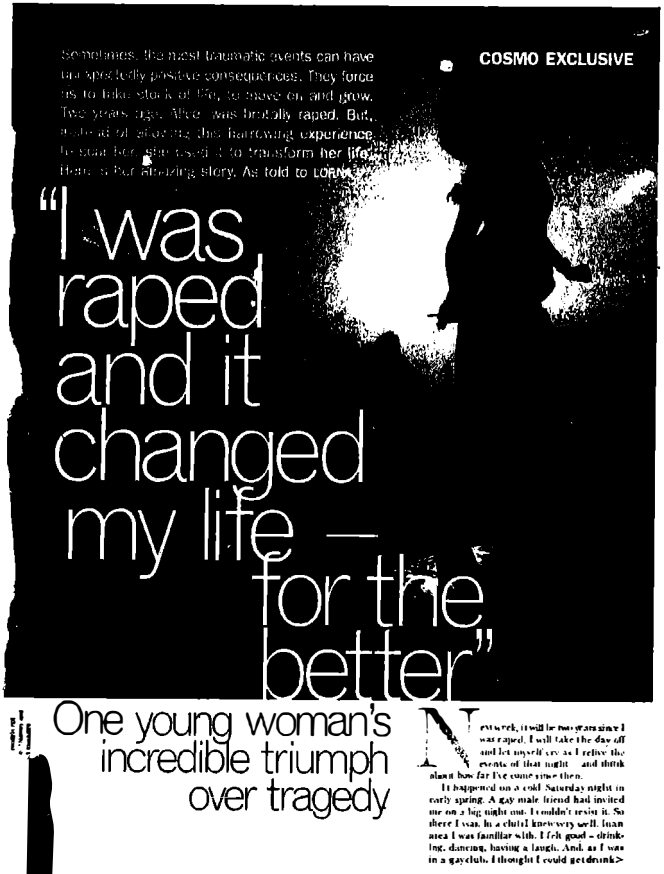
---

[43] Robert Goldman, *Reading Ads Socially*, (Londra: Routledge, 1992), s.132.

Cosmopolitan ve *New Woman* sorunu kişiselleştirerek, sorunun toplumsal değil de bireysel olduğunu sunma eğilimi gösterir. Tecavüz olayları, çoğunlukla kişisel duyguları hakkında konuşan kadınlar aracılığıyla okura aktarılır. *New Woman*, (1995 Ağustos, s.44) tecavüze uğrayan erkeklere de yer ayırarak, istatistiklerin gösterdiğinden çok daha yaygın olduğunu iddia eder. Konu üzerine sadece iki yazı yayınlayan *Cosmopolitan*'ın kendisini bir şekilde 'sevimsiz' görünen bu konudan uzak tuttuğu görülür. İlk yazının başlığı 'Rus kadınları: Patronunuzla seks yapmak işinizin bir parçası olduğu zaman'. Bu yazıda, Rus kadınlarının çalışma yaşamlarında başlarına gelen cinsel taciz ve tecavüz olayları tartışılır ve 'bu kadınların kendilerine olan saygısı çok az' gibi bir yorum yapılır (Mayıs 1995, s.22-8).

İkinci yazı bir tecavüz olayını kapsar; olayın *Cosmopolitan*'da işleniş biçimi derginin 'ideolojisi'ni ve yayın politikasını açığa çıkarması bakımından önemlidir. Olayın sunuluş biçimi, derginin postfeminist söylemi kendine nasıl mal ettiğinin iyi bir örneğidir; ayrıca *Cosmopolitan*'ın oluşturduğu 1990'ların kadın imgesini tasvir eder. Yazının başlığı "Tecavüze uğradım ve bu hayatımı değiştirdi – daha iyi yönde". (Mayıs 1996, s.61-4) 'Mağdur'un yaşadığı tecavüz olayı, kadınların 1960'ların sonlarından beri elde etmek için mücadele verdiği cinsel özgürlüğü, yaşamını ve fiziksel görünümünü sorgulamasına sebep olmuştur. Tecavüze uğrayan kişi, "Kendi hatam sonucu tecavüze uğramış olabileceğimi düşünmeye başladım. Sonuçta seksi kıyafetler giymiş, onunla flört etmiş, dans etmiş, hatta onu öpmüştüm" der. Bu açıklama erkek bakış açısını yansıtır: Kadınlar, erkekler tarafından belirlenmiş sınırlar içerisinde hareket etmedikleri sürece cezalandırmayı hak ederler. Dolayısıyla mağdur, ataerkil düzenin kendisine dayattığı kadın rolünü kendi kimliğinin bir parçası olarak içselleştirmiş görünür. Ataerkil ideolojinin içselleştirilmesi, bu ideolojinin yanlış-bilinci nasıl yarattığı ve 'sağduyu' haline geldiğini gösterir. Gramsci'nin, sınıf ideolojisini incelerken kullandığı 'sağduyu' (common sense) ve 'hegemonya' kavramları, ataerkil ve feminist söylemlerin, ataerkil sistemin ve kapitalizmin yararı için nasıl kullanıldığını göstermek amacıyla toplumsal cinsiyet ilişkilerinin ideolojik oluşumlarını incelemek için bu olaya uygulanabilir. Gramsci'ye göre:

hegemonya tarihsel olarak sınıf ideolojisini doğallaştırır ve sağduyu haline getirir. Bunun sonucunda güç, kaba kuvvet biçiminde değil ama 'iktidar' olarak uygulanabilir ve yaşamın 'kültürel' yönleri depolitize edilir. İnsanın kendi benliğini ve dünyayı anlamlandırması için kolayca bulunabilen ve resmen teşvik edilen bu stratejiler aslında strateji değil 'insan doğası'nın doğal özellikleriymiş gibi görünürler."[44]



[44] Tim O'Sullivan *vd.*, *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*, (İkinci Baskı) (Londra: Routledge, 1995), s. 134-5.

Günümüzde medya endüstrileri sağduyunun üretilmesinde önemli bir rol oynar. Sağduyu hem toplumsal gruplar, değerler, normlar, vs. hakkında varsayımlar üretir, hem de doğal olanla doğal olmayan, yapılması ya da tartışılması kabul edilebilir olanla olmayan arasındaki sınırları oluşturur. Örneğin, yukarıda sözü edilen tecavüz olayı, kadının kendisini suçlu hissettiğini, içinde bulunduğu durumu ve yaşamını erkek bakış açısından değerlendirdiğini gösterir. Tecavüze uğrayan kadın, "sarhoş ve önüne gelenle birlikte olan" biri olduğunu düşünerek kendisini kötü hisseder; zaten savunma avukatı da onu aynen bu sözlerle tanımlamıştır. Mağdur sözlerine şöyle devam eder: "İronik bir biçimde, tecavüze uğradığım gece dışarı çıkmadan önce önemli bir karar almıştım – artık tek gecelik ilişki yok." Mahkemenin aldığı karar sonucu tecavüzcü suçsuz bulundu. Tecavüzün nedeni olarak gösterilen geleneksel açıklamalardan ve genel kabul gören görüşlerden birinin bu olayda da belirleyici olduğu görülür. Şöyle ki, kadın, tecavüzcüyü giyiniş biçimiyle, sarhoşluğun verdiği rahatlıkla ve dans ederek tahrik etmiştir. Bu ataerkil bakış açısı, toplumun kadınlar için oluşturduğu klişeleşmiş rol modellerini daimi kılar ve güçlendirir. Coppock *vd.*'in de öne sürdüğü gibi, "mahkemeler daha çok kadınların 'ahlaki karakteri' ile uğraşır ve tecavüz ya da cinsel taciz olaylarında asıl dikkate alınan çoğunlukla, suçlanan erkeğin yaptığından ziyade *kadının* cinsel davranışıdır."[45] Ataerkil kurumlara göre, yani bu olaydaki adalet sistemine göre, tecavüze uğrayan kadın, 'uygun' davranış olarak kabul gören davranışlara uygun olmayan, ya da kadınlara atfedilen rol modeline uymayan cezbedici cinsellik alametleri göstermiş, bu yüzden de mağdur olmasına rağmen bu kadının ahlakı sorgulanmıştır.

Cosmopolitan'ın bu tecavüz olayıyla ilgilenmesinin esas nedeni, mağdurun, *Cosmopolitan*'ın okurlarını teşvik ettiği yönde yaşam tarzını değiştirmek için çaba sarfetmiş ve bu olayla özgüvenini kazanmış olmasıdır. Tecavüze uğrayan kişi, bu olayın özgüvenini kazanmasında nasıl etkili olduğunu şöyle açıklar: "Hayatımda belki de ilk defa kendi adıma (mahkemede) konuşmuştum. Kulağa tuhaf geliyor ancak bunu başardığımda haya-

[45] Coppock *vd.*, 1995, s.31.

tımdaki her hedefe ulaşabileceğimi biliyordum." *Cosmopolitan*'a göre o gerçekten de, "kadınsı ve seksi giysiler giyerek" sokağa çıkacak kadar kendinden emin olmak gibi yaşamındaki bazı şeyleri değiştirmeyi başarmıştır. Daha da ileri giderek şunu itiraf eder: "Tecavüzden önce diğer insanlara çekici görünebilmek için kendimi baskı altında hissediyordum. Oysa bu günlerde *"kendin için"* iyi görünmenin ne olduğunu anlıyorum... Sağlıklı bir yaşam tarzım var ve bundan keyif alıyorum." Bu sözler, genç kadının kendisi için giyindiğini, kendi imajını yaratmaktan zevk aldığını ve görüntüsünden hoşnut kaldığını gösterir.

Bu şekilde bir kişisel kimlik edinme çabası, bir kadının 'kendisi' için giyinip giyinemeyeceği sorusunu akla getirir. Coppock *vd.*'in de belirttiği gibi "kimlikler çoğunlukla 'benliğin' dışında oluşturulur. 'Alternatif' seçenekler paket halinde sunulur ve bu ürünlerin çeşitliliği kadınların kişisel kimliklerini oluşturabilmeleri için oldukça sınırlıdır."[46] Gerçekten de yukarıdaki örnek olayda tecavüze uğrayan genç kız, kişisel kimliğini erkek değerlerini kabul ederek erkeklerce tanımlanmış parametreler içinde kurmaya çalışır. Kendi 'öz' kimliğini oluştururken kontrolü elinde tuttuğunu iddia etmesine rağmen, tecavüz olayının da gösterdiği gibi erkekler, erkek egemen kurumlar ve hatta *Cosmopolitan* tarafından nasıl algılandığını kontrol edemez. Metne eşlik eden fotoğraf aslında onun nasıl algılandığının açık bir ifadesidir.

Sonuçta genç kızın elde eder göründüğü şey, bir *Cosmo* kızından beklenen özelliklerdir; yani bir işinin olması, kendine güvenmesi, bağımsız, kadınsı, seksi olması, heteroseksüel bir ilişki yaşıyor olması ve tarzının modaya uygun olmasıdır. Yukarıda da incelendiği gibi, bu tecavüz olayının temsilinde ataerkilliğin bir 'iktidar' olarak kullanılması, feminist ideolojiyi depolitize ederken erkek egemenliğini doğallaştırır. Sam Baker, *Cosmopolitan*'ın bu kararsız tutumunu eleştirir ve şöyle der: "kadın-karşıtı olarak değerlendirdiğimiz bir olayı dergimizde yayınlamayız. Buna benzer bir olayı dergimizde asla yayınlamayız. Bunun ahlakdışı olduğunu düşünürüz. Yanlış olan, böylesi önemli ve duygusal bir konunun bu şekilde ele alınması." (Mülakatlar, s.259). Baker'ın yorumu, *Cosmopolitan* ve *New*

[46] Coppock *vd.*, 1995, s.29.

Woman'ın, kadınlara yönelik ahlaki duruşu hakkında önemli bir noktaya işaret eder ve *New Woman*'ın bir tecavüz mağdurunun tecavüz olayından kendisinin sorumlu olduğunu ima eden bir tavrı onaylamayacağını belirtir. *New Woman* bu duruşuyla ataerkil ideolojiyi eleştiren feministlere daha duyarlı olduğunu göstrerir. Böylelikle, *Cosmopolitan* hegemonik (ataerkil) ve hegomonikarşıtı (feminist) söylemleri iç içe geçirmeye çalışırken, hegemonyanın bütünlüklü olamayacağı fikrini yeniden üretir. Ataerkil ve feminist değerlerin buradaki kullanılış biçimi, egemen kültürün normlarının sabit ve durağan olmadığının işaretidir.

Cosmopolitan ve *New Woman*'da feminizmi doğrudan ele alan çok az sayıda makale bulunur. *New Woman*'da feminist konularla doğrudan ilgili yalnızca üç makaleye rastlanır. İlkinde, 'Anneler de feminist olabilir' başlığıyla yayınlanan bir yazıda, bir yazar ve gazeteci olan Maureen Freely, anneleri feminist tartışmalardan dışladıkları için feministleri eleştirir: Annelerin feministlerin gündeminde mağdur kadınlar, kendi adına konuşamayan kişiler olarak göründüğünü öne sürer ve şöyle der.

> *"Feminizm seçilmiş bir kaç insan için lüks bir seçenekten ibaret değilse, gelecek nesillerdeki kadınların yanı sıra bugünkü birçok kadının durumunu da iyileştirmeye, sıradan kadınların da kendileri için önemli buldukları konularda karar almalarını sağlamaya çalışıyorsa, anneler, feminist düşüncenin hâlâ gördüğü gibi bu resmin dışında değil, tam da merkezinde yer almalıdır."*[47]

New Woman'ın bu konuyu eleştirel bir biçimde ele alması, gündemdeki feminist tartışmalarla ilgilenme ve kendini dahil etme isteğinin göstergesidir. Anneliği görmezden gelen feministlerle bu durumu tartışmak ve onların bu tutumunu eleştirmek için bir alan açar. 1970'lerden beri feministler, annelik hakkında birbiriyle çelişen fikirler geliştirdiler. Letherby'ın da ortaya koyduğu gibi, "Kadın Kurtuluş Hareketi'nin ilk günlerinde, kadınların kaçınılmaz kaderinin annelik olduğu mitine karşı bir tutum sergileniyordu... ve Kadın Hareketi, kadınlara, anneliğin olumsuz yön-

[47] Maureen Freely, *New Woman*, Kasım 1995, s.61.

lerini dile getirebilmeleri için bir platform açtı."[48] Yıllardır gündemde olan annelik konusu halen feministler arasında tartışmalı bir konudur.

Başka bir yazıda *New Woman*, erkeklerin gerçekten iddialı kadınlar isteyip istemediklerini sorgular ve bunun erkeklerin kadınları himayeleri altına almalarının yeni bir yolu olabileceğini öne sürer. (Temmuz 1995, s.57) Bununla beraber, başlığı "Ekmeğini Kazanan Güçlü Kadına Tepki" (Breadwinner Backlash) olan diğer bir yazı hassas bir konuyu, eşlerinden daha yüksek maaş alan kadınları ele alır. "Günümüzde, Britanya'da her beş kadından biri eşinden fazla kazanıyor... Amerika'dan, profesyonel kadınların boşanmak için daha yüksek ücret ödedikleri yolunda rahatsız edici haberler geliyor" (Ekim 1995, s.54) gibi haberlere yer verilmesi, feminizmin kazanımlarının sonuçlarından biri olarak görülebilir.

New Woman konuyu ciddi bir yaklaşımla ele alırken, *Cosmopolitan*'ın tarzı daha ironik ve alaycıdır. Okuyucuyu şaşırtmak ve bu sayede dikkatini çekmek için bazı aşırılıklara gidilir. Bununla beraber, derginin bu sansasyonel konulara olan merakı marjinal kişileri de sayfalarına konu edebilmesini sağlar. Örneğin, başlığı "Soyunan feministler: Post-porn modernistler sanat ve politika adına her şeyi göze alıyor" (Nisan 1995, s.122-5) olan bir yazı, tüm değerleri alt üst eden bir politik seks/sanat kabare oyununu ve onda rol alan küçük bir grup marjinal, yüksek tahsilli feministi konu edinir. Bununla beraber, *Cosmopolitan*'ın lezbiyenler, travestiler ya da 'post-porn feministler' gibi marjinal kişilere yaklaşımı, onların marjinalliklerinin doğru veya yanlışlarını sorgulamak değil, onlara sadece moda unsurlarıymış gibi davranmaya yol açar. Tanınmış feminist bir yazar olan Germaine Greer de, "Germaine Greer Değerlendirme Dışı" başlıklı bir yazıda aynen marjinallerin temsil edildiği biçimde sunulur. Postfeminist söylem, kadınların, kadın özgürlük hareketlerinin mücadeleleriyle son otuz yılda kazandıkları değerleri ve hakları övgüyle sahiplenen bu gibi imge ve mesajlar yoluyla oluşturulur. Örneğin *Cosmopolitan*'da, "Yeni optimizm" (Ocak

[48] G. Letherby, 'Mother or Not, Mother or What? Problems of Definition and Identity', *Women's Studies International Forum*, 1994, 17 (5), s.525-32, s.527.

1995, s.12-6) başlığıyla yayınlanan bir yazıda, "genç kadınlar için daha önce içinde bulunduğumuz bu andan daha heyecan verici bir zaman dilimi olmadığı, geleceğin daha önce kadınlar için hiç bu kadar parlak görünmediği" öne sürülür. Başlığın da ima ettiği gibi, bu yeni bir iyimserlik türüdür, kadınlar bireyselliklerinin, özgürlüklerinin ve bir kadın olarak sahip oldukları tüm şeylerin tadını çıkarmaya teşvik edilir: "Yaşamımda, annemin kuşağına mensup kadınların sadece hayalini kurabilecekleri kadar çok seçenek var, çünkü bana evlenmek ya da çocuk sahibi olmak gibi konularda baskı yapılmıyor." Yine bu yaklaşım da, kadınlar için toplu hedeflerden ziyade bireysel başarı ve kişiselleştirilmiş hedefleri ön plana çıkaran bir yaklaşım olduğundan ataerkil düzene meydan okuyabilmek için gereken kararlılıktan yoksundur.

Britanya dergilerine kıyasla *Kim* ve *Kadınca*, feminizmin bireyselleştirilmiş yönlerinden ziyade, politik ve hukuki konular gibi feminizmin ortak hareket edilmesini gerektiren konularla ilgilenir. Başyazılarda ve kadınların sorunlarını ele alan yazılarda kültürel ve hukuki alanda gerçekleşen değişimler vurgulanır. Bu dergiler, bazen bilinç-yükseltme kaynakları olarak da işlev görür, çoğu zaman politik eylemin yanı sıra kişisel gelişimin de önemini vurgular. Kadınları, kendilerini erkeklerin tahakkümünden kurtarmaları için politikada ve kamusal yaşamın diğer alanlarında aktif olmaları konusunda her zaman teşvik ederler. Örneğin, *Kim*, kadın projelerini açıkça destekler ve okuyucularını bu projeler hakkında bilgilendirir: "Kadın ve insan hakları için uluslararası bir projede çalışmak ister misiniz?" (Şubat 1995, s.31). Bu grubun Türkiye'de gerçekleştirdiği etkinlikler hakkında bilgi verir ve kadınları onlarla beraber çalışmaya davet eder. Türkiye'deki dergiler elbette piyasanın değerlerini de önemser, ancak dergilerin içerikleri 1990'ların ortasında Türkiye'de neyin alıcı bulduğunu, piyasanın neleri talep ettiğini ve sektörün neleri tolere ettiğini gösterir. *Kim* ve *Kadınca* feminist konuları ve temaları açıkça tartışmaya kaydadeğer ölçüde geniş bir yer ayırdığı için, bu dergilerin feminizme yaklaşımları ayrı bir alt-başlık altında daha geniş bir biçimde incelenecektir.

Kim ve Kadınca: Ticari Söylemlerle Feminist Politika Arasındaki İnce Çizgi

Cosmopolitan ve *New Woman*'a yönelik eleştirel bir okuma bizi, bu dergilerin feminist mücadele ve kazanımları kendilerine uyarlama biçimlerinin, feminist hedefleri kişisel tercihlere indirgediği sonucuna götürür. Diğer taraftan *Kim* ve *Kadınca*, feminist konuları, kadınların kişisel yaşamlarını politikleştirmeye çalışan bir tavırla ele alır. Britanya'daki benzerleri gibi, *Kim* ve *Kadınca* da görsellikleri, yayına hazırlanış biçimleri, reklamları v.s. açısından kadın dergisi türünün geleneksel kalıplarına uyar. Okuyucularına, geleneksel kadın dergilerinin yaptığı gibi samimi ve kişisel bir dille hitap eder ve kadınların eşitlik umutlarını dillendirmenin yanı sıra onlara bir takım çözümler de sunarlar. Dergilerin editoryal bakış açısına 'toplumsal cinsiyet' kavramı egemendir; editörler yazılarında kadınların gündelik yaşamlarını ve kendilerini geliştirmenin çeşitli yollarını vurgular.

Analizler *Kim* ve *Kadınca*'nın söylemlerini feminist hareketlerin meşhur 'kişisel olan politiktir' sloganıyla birleştirdiklerini gösterir. Bu slogan çeşitli anlamlar içerir; Türkiye bağlamında, kendi yaşadıkları yaşamın politik çağrışımlarını görmeye başlayan kadınlar için güçlü bir mecazi işlevi vardır. *Kim* ve *Kadınca* için bu slogan, kadınların gündelik yaşamlarını ve kendilerini geliştirme yollarını vurgulayan kadın dergilerinin ruhuyla, kadınların kişisel yaşamlarının politik yönlerini vurgulayan bir politik ve toplumsal hareket olan feminizmin ruhunu bir araya getirmeye yaramıştır. Amerika'da ulusal düzeyde yayınlanan ve feminist bir dergi olan *Ms.* üzerine yaptığı araştırmada Farrell, 1970'lerin Amerika'sı bağlamında *Ms.*'de benzer özellikleri gözlemlemiştir.[49]

Metin analizi, Türkiye'deki dergilerin Britanya dergilerinden farklılık gösterdiği yönlerden birinin, feminizmle olan ilişkileri ve sorumlulukları olduğunu gösterir. *Kim* ve *Kadınca* güncel olayları takip eder ve bunları da en az diğer konular kadar önemseyerek okuyucuya aktarırlar. Belki herhangi bir feminist dergi gibi feminist tartışmaların yürütülmesi için bir platform oluşturmayı

[49] Amy Erdman Farrell, 'Feminism in the Mass Media: *Ms.* Magazine, 1972-1989', yayınlanmamış doktora tezi, Minnesota Üniversitesi Yüksek Lisans Enstitüsü'ne sunuldu, USA, 1991.

amaçlamazlar, ama feminist politikalar ve değerlerle açıkça ilgilenirler. Britanya dergilerine oranla, 1990'ların kadın sorunlarını kapsayan politik tartışmalarla çok daha fazla ilgilenirler. Seçim sistemi, kadınların politikada yeterince temsil edilememesi, medeni kanunda yapılan değişiklikler, kadın konularından sorumlu bakanlıkta yapılan değişiklikler, Dördüncü Birleşmiş Milletler Kadın Konferansı gibi konular Türkiye'deki dergilerde daha sık tartışılır ve sorgulanır. Ayrıca farklı ülkelerdeki kadınları ilgilendiren politik ve toplumsal konular da bu dergilerde daha çok yer alır. *Kim* aynı zamanda Naomi Wolf, Hollandalı feminist Anja Meulenbelt ya da feminist olduğu için Rusya'dan sürgün edilen bir feminist gibi tanınmış feministlerle yapılmış röportajlara da yer verir. Feminizmin farklı seslerini bir araya getirmesi *Kim*'in, sabit, tek bir feminizm anlayışı sunmadığını, aksine feminizmin farklı söylemlerini okuyucuya tanıtmayı amaçladığını gösterir. Dergide çeşitli feminist söylemlere yer verilmesi, editörlerin feminizm anlayışıyla da örtüşür. Örneğin *Kadınca*'nın editörü Esra Kazancıbaşı, "Ben bir feministim ancak kendimi sosyalist ya da liberal feminist olarak adlandırmak istemem, çünkü farklı gruplardaki kadınlarla belli birtakım şeyleri paylaşıyorum. Çünkü tek bir söylemin içinde kendimi özdeşleştirmek istemediğim kişilikler, farklı bakış açıları var" der (Mülakatlar, s.263).

Kim ve *Kadınca*'nın feminist konulardan haberdar olmak isteyen kadınlara karşı taşıdığı sorumluluk açıktır. Editörlerin, okuyucuya feminist düşünceleri ve politikaları tanıtmak ve onları olası ihtilaflı durumlardan haberdar etmek konusundaki tavırları çoğunlukla pedagojik ve otoriterdir. Editörler başyazılarında, okuyucuyu hem toplumsal cinsiyet temelli eşitsizlikler konusunda aydınlatmak, hem de bu eşitsizliklerin üstesinden gelmelerini sağlayacak olası çözümler sunmak amacıyla gerçek yaşamdan örnekler verirler.

Asena'nın yazılarında kullandığı dil dikkate değer. Kadınların sorunlarını ele alırken 'biz' yerine 'siz' zamiri kullanılır. Bu mesafeli tavır, 1980'lerin ilk yıllarından beri feminist harekette aktif rol almış, özgür bir kadın imajına sahip, kamusal alanda popüler bir kişi olan editör açısından anlaşılabilir bir durum. Kendisini bu alanda bir uzman olarak görür ve bu nedenle 'diğer' kadınları da kadın konularında eğitmeye hakkı olduğunu düşünür. Asena,

doğrudan, tavsiyelere ihtiyacı olan kişi olarak inşa edilmiş kadın imgesine seslenir ve onlara kendi tecrübelerinden örnekler sunar. Sonuç olarak verilmek istenen mesaj, 'ben yapabiliyorsam, siz de yapabilirsiniz'dir. Saktanber'in de işaret ettiği gibi bu tavır, "dergilerin söylemini, tüm kadınlara (biz) demek suretiyle 'öteki' kadın kimliğini oluşturmayan feminizminkinden ayıran en önemli duruştur."[50] Feminist yazınlarda 'biz'in kullanılması, kadınlar arasında dayanışma sağlama, kızkardeşlik birliği kurma ve ataerkil sisteme karşı çıkma arzusuna gönderme yapar. Asena, kadınların kendilerini ilgilendiren konular hakkında bilinç yükseltmeye çalışırken, kendisini kızkardeşlik olgusunun dışında konumlandırır. Ancak Asena'nın böyle bir dil kullanması, kendisini okuyucularına ve Türkiye'nin daha geniş kültürel bağlamına göre nasıl konumlandırdığı açısından değerlendirilmelidir: Kendisini bir 'aydın' ve 'öteki' kadınlara tavsiyeler veren ve bir şeyler öğreten deneyimli bir kişi olarak görür. Şunu da belirtmek gerekir ki, bu tutum, Türkiye'de kendilerini 'aydınlar' ya da 'seçkinler' olarak gören ve 'biz' ve 'onlar' gibi zamirler kullanarak kendileriyle toplumun kalan kesimleri arasında mesafe koymaya çalışan kişiler arasında yaygındır.

Asena, iki dergi arasında farklılıktan çok benzerlikler olduğuna işaret eder. *Kim* ve *Kadınca*'nın içerik açısından benzeştiği yönlerden biri, her ikisinin de feminist kimliklerini ortaya koyan bir bölüme sahip olmalarıdır. *Kim*'de 'Cadıca' olarak adlandırılan bölüm, derginin feminizme ilişkin politik ve ideolojik yaklaşımını göstermesi açısından önemlidir. 'Cadı' kelimesi son 50 yılda hem Avrupa hem de Amerika'da, geleneksel ataerkil değer ve normlara karşı çıkan ve onları eleştiren (radikal) feministleri tanımlamak için kullanılmıştır. Tarihsel olarak, özellikle de 16. ve 17. yüzyıl Avrupa'sında cadı olarak yaftalanan kadınlar, erkek gücüne bir tehdit olarak görülen 'doğaüstü' yetenekleri yüzünden cezalandırılmışlardı. Cadı olarak tanımlanan feministler de marjinal, 'muhalif' kadınlar olarak görülmüştü. *Kim*'in bu kelimeyi kullanış biçimi, yaptığı çağrışımları bütünüyle değiştirerek ona olumlu bir anlam atfeder. Bunun kendi fikri olduğunu söyleyen Asena amacını şöyle ifade eder: "'cadı' imgesini olumlu yönde

[50] Saktanber, 1995, s.160.

değiştirmek ve onların da şirin, sevimli ve hoş olduğunu göstermektir." (Mülakatlar, s.277). Dergide yer alan cadı figürü de bu düşüncenin görsel yansımasıdır.



"KADIN KOLLARI" AÇILIYOR!



- YALNIZ YAŞIYORSAN VE KADINSAN...
- TÜRKİYE'DEN "BARIŞ TRENİ" GEÇTİ
- AÇIK GİYERSEN ÖLEBİLİRSİNİ
- GÜZALTINDA TECAVÜZ!
- NORMA DAVASINI TERK ETTİ
- SOYADIMIZ HÂLÂ YASAK!

Cadıyı bu şekilde yeniden tanımlamayan *Kim*, cadıların ve dolayısıyla feministlerin tehditkâr ya da tehlikeli olmadıklarını göstermeye çalışır. Bu, kadın hareketinin gündemindeki konuları popüler söylemin bir parçası yapmak ve hareketin amaç ve hedeflerini meşrulaştırmak için kullanılan bir taktiktir. Dolayısıyla bu bölümde *Kim,* toplumsal cinsiyet temelli güç ilişkilerinin çelişkilerini ve eşitsizliklerini ele almanın ve ataerkil sisteme meydan okumanın yollarının neler olabileceğini gösterir. Söz konusu taktik, 'muhalif' olanın, geleneksel olarak kurulan toplumsal cinsiyet rollerinin gerekleri doğrultusunda bireyselliğinden ve ifade özgürlüğünden vazgeçmeyi reddetmesi için olanak sağlar.

Kadınca'da, *Kim*'deki 'cadıca' bölümüne çok benzeyen 'Pembe Sayfalar' adlı bir bölüm yer alır. İki derginin bu bölümleri hemen hemen aynı konuları ele alır, ancak tarzları farklıdır: *Kim* daha alaycı bir yaklaşım sergiler, daha sert ve kışkırtıcı bir dil kullanır, *Kadınca*'nın bu bölüm için kullandığı başlık bile aralarındaki farklılığı yansıtır. Pembe Sayfalar'da, kadın sivil toplum örgütlerinin faaliyetleri ve politikaları, medeni kanundaki değişiklikler, yasalar önünde eşit muamele görmek, kadın sığınma evleri, siyasal partilerin kadın politikaları, aile içi şiddet, sendikalarda çalışan başarılı kadınlar, uluslararası kadın konferansları, cinsel taciz, tecavüz, bekaret testleri v.b. gibi o dönem Türkiye'deki feminist hareketin gündeminde olan her konu tartışılır. Ayrıca, ensest ilişki, çocuk istismarı ya da fahişelerin sosyal güvenlik hakları gibi genelde tartışılmayan ya da tabu olarak görülen konulara da yer verilir.

Her iki derginin söz konusu bölümlerinde, popüler kültür ve politik arenada tartışılan feminizm ve kadın hakları konularını ele alan bir sayfa vardır. *Kadınca*'da bu sayfanın başlığı *'Kadınca*'nın Seçimi'dir. Sayfanın üst yarısında bir dudak resmi logosunun altında 'öpülecekler', yani övgüye değer olan kişilerin listesi yer alır. Bu kişiler genellikle kadın-erkek eşitliğini destekleyen ve kadınlar hakkında olumlu sözler söyleyen medyatik kişiler ve politikacılardır. Sayfanın alt kısmında ise, bu kez dudak logosunun altında, halk arasında kaba sözler söyleyen çocuklara uygulanan bir ceza şekline gönderme yapılarak 'ağzına biber sürülecekler' sözlerinden sonra kadınları aşağılayanların listesi verilir.

Buna benzer bir sayfa, *Kim*'de, '*Kim*'in en çok sevdikleri ve sevmedikleri' başlığıyla yer alır. Sayfanın üst yarısında yine bir dudak logosunun altında 'cadının öptükleri', diğer yarısında ise bir kazan logosunun altında, klişeleşmiş cadı imgesine gönderme yapan 'cadı kazanına atılanlar' başlığı yer alır. *Kadınca*'yı yayınladıkları yıllarda Asena ve ekibi tarafından ortaya atılan bu fikri her iki derginin de kullandığını görüyoruz. Bu bölümler dergilerin, popüler söylemlerle etkileşim içerisinde olmak için kendilerine bir alan açma çabalarına işaret eder, ama örneklerin de ortaya koyduğu gibi bunu alaycı bir yaklaşımla yaparlar.

Bu dergilerin feminist konuları ele alma, onlarla ilgilenme biçimi ve derecesi politika oluşturma sürecine bir katkı olarak görülebilir. Dergiler feminizme olan ilgileri ve sorumlulukları sonucunda, son dönem feminist tartışmalar hakkında geniş bir okuyucu kitlesini bilgilendirirler. Dergilerin feminist konulara ilişkin farklı bakış açılarını ve tartışmaları gündeme getirmek için alan yaratma çabaları, bu metinlerin, feminizmin değişen tanımlarından yola çıkarak feminist politikalar geliştirmek için çıkış yolları sundukları görüşünü destekler niteliktedir. Ataerkil sistemin değerlerine karşı çıktığı için feminizme atfedilen olumsuz çağrışımlar, bazı kadınların kendilerini feminist olarak tanımlamayı reddetmesine neden olur. *Kim* ve *Kadınca*, bu kadınlara, kadınların 'gerçek' sorunlarının ya da deneyimlerinin (aile içi şiddet, tecavüz, işyerinde eşitsizlik, vs.) feminist politikalar doğrultusunda tartışılabilmesi için kendilerini ifade edebilecekleri bir platform oluşturur. Böylelikle, kadın dergilerinin feminizmi farklı bakış açılarından tartışabilmek için bir alan açma çabaları, feminist değerlerin ve düşüncelerin topluma kabul ettirilme ve feminist anlamların yavaş yavaş kültürün içinde bir referans noktası oluşturma sürecinin bir parçası olarak değerlendirilebilir.

Kadınca ve Kim İslamcı, radikal ya da liberal, birbirine muhalif çeşitli feminist düşünceleri tartışmak için geniş yer ayırır. Farklı ve zaman zaman da ihtilaflı konular, *Kim*'de *Kadınca*'da olduğundan daha fazla gündeme getirilir. Kendileriyle yapılan bir röportajda İslamcı feminist bir çift olarak bilinen Kezban ve Hüseyin Hatemi, Hz. Muhammed'in bilinen ilk feminist olduğunu öne sürer. Kezban Hatemi'ye göre, kadın hakları insan hakları demektir: "Hayatın tüm alanlarında eşitliğe inanıyorum, ancak

kadın haklarıyla ilgili sloganlar erkekler ve kadınlar arasında ayrımcılık yaratıyor. Kadınların sorunları insan hakları bağlamında ele alınmalıdır" der. (*Kim*, Mayıs 1995, s.62-4) Kendisini radikal feministlerden ayrı tutmaya özen gösterir ve onları aile değerlerini yıktıkları için eleştirir. Yine de kadınların erkeklerden baskı gördüğünü kabul eder ve ekler, "kadınlar eğitilmeli, haklarını bilmeli ve işyerinde aktif olmalıdır." Hüseyin Hatemi de kadınların baskı altında tutulduğu ve ikinci sınıf vatandaş muamelesi gördüğü konusunda karısıyla hemfikirdir ve şöyle der,

> *"Henüz kadın haklarını koruyacak bir toplumsal refah sistemi tesis edemedik. Yardım ve desteğe ihtiyaçları var: Bu anlamda feminizmi destekliyorum. Ben İslamcı bir feministim. Bir insan 'İslamın değerlerine kıymet veriyorum' derse, bu onun feminist olduğu anlamına gelir. Kur'an'da, kocanın ailenin reisi olarak belirlenmesi dışında toplumsal cinsiyet eşitsizliği yoktur"* (*Kim*, Mayıs 1995, s.62-4).

Hatemiler'in İslami bakış açıları, feminist mücadeleyi pek çok açıdan, özellikle de aile içi kadın-erkek güç ilişkilerini ve aile yapısını değiştirme çabalarını yadsır. İslamcı feminist bir kimliğe sahip olduklarını iddia ederken, kocanın aile reisi olma konumunu koruyarak özel alanda erkek egemenliğini kabul ederler ki, bu konu Türkiye'deki feminist politikanın en sorunlu alanlarından biridir. Röportajın sonunda, *Kim*'in feminist konulara yaklaşımındaki alaycılığını gösteren bir not yer alır: "Cadıların doğru bilgilendirildikleri görülüyor. Belki de Hatemiler gerçekten FEMİNİSTTİR".

Kim'in aynı sayısında (Mayıs 1995), o dönem kadın sorunlarından sorumlu Bakan olarak göreve başlayan Aysel Baykal ile yapılan başka bir röportaj yer alır. Bakan'ın feminizm anlayışı farklı bir feminist yaklaşımı temsil eder. Yeni görevinin ilk günlerinde Bakan feminizm hakkında şöyle der: "feminizm ayrımcılık içerir aynı zamanda da demode bir görüştür". *Kim,* bu beyanat üzerine şu yorumu yapar: "Kadın Bakanlar önce feminizmle aralarına mesafe koyuyor ama sonradan tavırlarını değiştiriyorlar. Belki de feminizmin kadın hakları mücadelesi olduğunu zamanla anlamaya başlıyorlar." (Mayıs 1995, s. 34-35) Röportajda Baykal, Hatemilerin yaptığı gibi, kendisiyle radikal feministler arasına bir mesafe koymaya çalışır ve feminizmi şöyle tanımlar:

"Feminizm, kadınların toplumdaki konumunu geliştirmeyi amaçlayan ve cinsiyetler arası eşitsizliğe karşı savaşan bir ideolojidir. Ama bu sorunların kökenleri üzerine feministler farklı fikirler ve çok çeşitli çözümler öne sürerler. Radikal feministler, kadın sorunlarının kökenlerini toplumsal ve ekonomik nedenlerden ayırarak, erkeklerin bu sorunlara neden olduğu için onların suçlanması gerektiğini iddia ederler. Bu ayrımcı bir yaklaşımdır. Bir toplumun yalnızca kadınlardan oluştuğunu düşünüyorlar." (s.34).

Baykal bu ihtilaflı tartışmanın içinde nerede durduğunu açıklamaya çalışır ve görüşlerini devlet politikalarının esasına zarar vermeyecek şekilde ortaya koyar. Röportajın devamında, feminizmin kadın hareketinin gelişimine yaptığı katkıyı kabul eder ve feminizmi neden 'modası geçmiş' olarak gördüğünü açıklar: "Oturmuş geleneksel değerleri değiştirmek kolay değildir ama kadınlar yaşamlarının değişmesini istiyorlar. İşte bu yüzden insan hakları, vatandaşlık hakları, toplumsal ve ekonomik alanlardaki eşitsizlikler gibi konular feminizmin ve feminist teorilerin yerini almıştır." Bu açıklamadan Baykal'ın, kadınların yasalarda, özel ve kamusal alanlarda kadın oldukları için hâlâ ayrımcılıkla karşılaştıkları gerçeğini kabul etmediği görülür.

Baykal'ın bakış açısı Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan beri gündemde olan, 'devlet feminizmi' denilen (birinci bölümde de tartışılan) düşünceyi temsil eder. Devlet feminizmi ayrı zamanda, nihai amacı kadınları erkeklerin dünyasıyla bütünleştirmek olan 'eşit haklar' feminizmi olarak da yorumlanabilir. Aynı sayfadaki başka bir yazıda, *Pazartesi*'nin kurucularından biri olan Ayşe Düzkan, Baykal'ın feminizm hakkındaki 'modası geçmiş' ve 'ayrımcılık içerir' iddialarına sert bir yanıt verir. Karşıt görüşlere yer veren *Kim,* bir ölçüde kurumsallaşmış feminizmin ve popüler kültürün feminizm hakkında ürettiği olumsuz mitlerin ötesine geçmeye çalışır.

Türkiye'de kurumsallaşan feminizmin en iyi bilinen kurumlarından biri olan, İstanbul Üniversitesi'nde açılan ilk kadın çalışmaları merkezinin başkanı Necla Arat da sık sık *Kim* ve *Kadınca*'nın sayfalarında yer alır. Kendisiyle yapılan bir röportajda, 'eşit haklar' feminizmini savunur ve radikal feministleri kuramlarını uygulamaya koymadıkları için eleştirir, aynı zamanda Türki-

'e'de feminizm kavramının yanlış anlaşılmasından onları sorumlu utar ve şöyle der: "Kavram 'feminizm eşittir eşitlik' olarak yo-umlansaydı insanlar 'ben feministim' demekten çekinmezlerdi.) zaman feminizm, insan haklarına daha çok yaklaşır ve onunla)rtüşürdü." (*Kadınca*, Temmuz 1995, s.37-38) Türkiye'de o dö-ıem iki kadın validen biri olan Özlem Bozkurt ile yapılan diğer)ir röportajda, Bozkurt da feminizm hakkında benzer görüşleri dile getirir: "Feminist fikirleri desteklemiyorum çünkü feminizm)enim için ayrımcılık anlamına geliyor... Kendimi hiçbir zaman kadın' bir vali gibi hissetmediğim için herhangi bir toplumsal :insiyet ayrımcılığıyla karşılaşmıyorum" der. (*Kim*, Eylül 1995, s.84) Sadece feministlerin değil, diğer insanların da vatandaşlık hakları için mücadele ettiklerini öne sürerek, kadın haklarını insan haklarından ayırmaya ihtiyaç olmadığını belirtir. Bozkurt'un yaklaşımı, yani kamu önünde erkek normlarına göre davranarak iktidarını meşrulaştırma çabaları dönemin Başbakanı Tansu Çiller'inkine oldukça benzer.

Yukarıdaki örneğin göstermiş olduğu gibi, Türkiye'de bazı gruplar arasında, feminizmi 'eşitlik' kavramıyla özdeşleştirmek ve kadın hakları yerine 'insan hakları' ifadesini kullanma yönünde bir eğilim vardır. Eşitlik kavramı ikinci dalga feminizmin değerlerini ve hedeflerini kapsayıcı bir kavram değildir. Kadın haklarının yerine insan haklarını koymak, kadınların kadın olmaktan kaynaklanan sorunlarını göz ardı eder. Ayrıca, kadınların özel ve kamusal alanlarda haklarını elde etmek için yürüttükleri mücadeleyi politik bağlamından soyutlar.

Eşitlik yaklaşımına karşı bir görüş olarak, yine *Pazartesi*'nin yazarlarından Filiz Koçali bir yazısında, feminizmin popüler söylemlerin içerisinde kurgulanan tahrif edilmiş versiyonuna gönderme yapar ve feminizmin *gerçekte* ne anlama geldiğini açıklar. Koçali, Türkiye'de sekiz farklı feminizm anlayışı olduğunu ve bunların hepsinin de peşin hükümlü olduğunu öne sürerek şöyle der:

"Bugünlerde feministlere küfretmek ve onları 'çirkin' ve 'erkeklerden nefret eden lezbiyenler' olarak etiketlemek tekrar moda oldu. Feminizm bu olumsuz çağrışımlardan ibaret olmayan ve diğer sosyal hareketlerden çok daha fazla tartışılan politik bir harekettir. Feminizmin ne olup ne olmadığını tekrar

tekrar açıklamaktan dilimizde tüy bitti, ama insanlar hâlâ önyargılı davranıyor." (*Kim*, Ocak 1995, s.32-3).

Aynı sayfada feminizm teriminin 'cinsiyetçi' olarak algılanmasını önlemek için, bir kutu içinde ansiklopediden alınmış üç feminizm tanımı verilmiştir.

Kim ve *Kadınca* feminist konuları ele alış tarzları açısından birbirinden farklılık gösterir. Feminizm hakkında öne sürülen ihtilaflı görüşler *Kadınca*'da daha ciddi bir üslupla tartışılır. *Kadınca* daha çok gerçek olayları haber yapan gazeteci tarzına sahipken, *Kim* olaylara ince alay, yorum katar ve karşı olduğu fikirleri eleştirmek için zaman zaman sert bir dil kullanır. 1995'in ortalarında yayınlanmaya başlanan maço bir erkek ve feminist bir kadının karikatürize edildiği 'Nuri ve Huri' adlı yeni bir sayfa, bu tarzın başka bir örneğidir. Nuri ve Huri arasında kadınlık ve erkeklik özellikleri üzerine süregiden bir tartışma vardır ve sürekli birbirlerinin kadınlık ve erkeklil hallerine çamur atarlar.

Dergilerin, dönemin Başbakanı Tansu Çiller'i ele alış tarzları ve kullandıkları dil de birbirinden farklıdır. 1995'de Çiller Başbakan seçildiğinde *Kim* ve *Kadınca* da dahil olmak üzere pek çok feminist bu duruma sempatiyle yaklaşmıştı. Çiller'in 'kadın sorunlarıyla' ilgilenmesini beklediler, ama çok kısa bir süre içinde, iktidarını meşrulaştırmak için erkek değerlerini benimsediğini fark edince hayal kırıklığına uğradılar. *Kadınca*'nın eleştirel haberi, kadının toplumdaki statüsünü geliştirmeye yönelik Çiller'in uyguladığı sınırlı politikalara yer verirken, *Kim*, kadın Başbakanı eleştirmek için sert ve kışkırtıcı bir dil kullanır. Çiller erkek kılığında (erkek kıyafetleri içinde, bıyıklı ve kıllı bir erkek bedenine bürünmüş olarak) gösterilir ve yazının başlığı şöyledir: "Kadın taklidi yapan sahtekâr bir erkek olduğu ortaya çıktı" (Ağustos 1995, s.48-9). Bu yazı, *Kim*'in genellikle yaptığı gibi, Çiller'i eleştirirken de ironik ve sarkastik bir üslub kullanmakta tereddüt etmediğini gösterir.

Kim ve *Kadınca*'nın izlediği feminist çizgi, Türkiye'deki kadınlar için ideal bir model aramaz. Bunun yerine sürekli alternatifler sunar, bu nedenle söylemleri çelişki ve çeşitliliği içerir. Yine de *Kim*'e kıyasla *Kadınca* feminist konuların temsilinde daha muhafazakâr bir yaklaşım gösterir. *Kadınca*, bu farklı tutumunu kadın konuları hakkında görüş almak için seçtiği kişilerde de sergiler.

Örneğin, dergide ne zaman kadın hareketini tartışmak için bir uzmana ihtiyaç duyulsa çoğunlukla Necla Arat ile röportaj yapılır ya da onun sözlerinden alıntı yapılır. Arat, okuyucuya hem 'kadın haklarının' destekleyicisi, hem de sorumluluk sahibi bir eş ve anne olarak gösterilir. Çiçek yetiştirmek, ananelerimizin yaptığı reçellerden yapmak, çocuk yetiştirmek, vb. gibi geleneksel aile yapısında kadınların işi olarak değerlendirilen ev içi görevler hakkında konuşur. Bu temsil biçimi, aile yaşamındaki geleneksel kadın rollerini güçlendirir. Bu aynı zamanda, çalışan kadının hem mükemmel ev kadını hem de anne olursa ancak 'başarılı' olarak değerlendirilen egemen ideolojiyle de uyum içindedir. Söz konusu bakış açısı, ailenin toplumun temel çekirdeği, yuva kurmanın da tamamıyla kadının sorumluluğu olduğunu varsayar. Tanınmış bir 'feminist' akademisyeni bu şekilde temsil eden *Kadınca*'nın, feminizm anlayışında bir ölçüde 'Kemalist' bir çizgiyi benimsediği görülür. 'Kemalist feminizm' kavramı Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulduğu yıllardaki 'batılılaşma hareketi' sürecinde geliştirilen modern kadın kimliğine gönderme yapar. Birinci bölümde de incelendiği gibi, Cumhuriyet'in kurulduğu dönemde modern Türk kadın imgesinin kurumsallaştırılma biçimi tek tip ve muhafazakâr bir kadın olgusu yaratmıştır.

Kim ve *Kadınca*'ya, nadiren de olsa erkek yazarlar katkıda bulunur. Feminizmi erkek bakış açısından ele alan erkek yazarların çoğu kendilerini feminist söylem içinde rahat hissetmelerine rağmen, bazen bazı yazarlar feministleri olumsuz ya da sevimsiz kişiler olarak gösterir. Örneğin, bu bağlamda dönemin Kuzey Kıbrıs Cumhurbaşkanı Rauf Denktaş 'feministlerin ya boşanmış, ya hiç evlenmemiş, ya da erkeklerden nefret eden ve mutsuz kadınlar' olduklarını iddia eder. "Kadın haklarını destekliyorum ancak feminizm farklı bir yöne gitmiştir. İdeal kadın, cadı gibi bağıran ve sorun çıkaran değil yumuşak, zarif ve güzel olandır" der (*Kim*, Şubat 1995, s.34). Burada Denktaş feminizm ya da feminist mücadele ile kadın haklarını birbirinden ayrı değerlendirir, öncekine olumsuz çağrışımlar yüklerken diğerinin olumlu olduğunu düşünür. Ancak, erkek egemen toplum tarafından kabul gören ve sabit bir kadın imgesine tekabül eden Denktaş'ın ideal kadın tanımı, feminist hareketlerin amaç ve düşüncelerinden bir hayli uzaktır.

Öte yandan, kadın dergilerine katkıda bulunan bazı erkeklerin feminizm anlayışı feministler için daha kabul edilebilir niteliktedir. Örneğin, dönemin Kültür Bakanı Ercan Karakaş "Elbette ben bir feministim" der (*Kadınca*, Haziran 1995, s.40). Ona göre demokrasi, eşitlik ve özgürlük anlamına gelir ve bunları talep eder. Kadınların politikada ve toplumsal yaşamın diğer alanlarında daha aktif bir rol almaları gerektiğini söyler. Diğer bir erkek yazar, oyun yazarı ve talk-show program sunucusu Nedim Saban, feminizmin ve feminist olmanın ne olduğunu şöyle tanımlar:

"Bu bir güç mücadelesi değil dünyayı değiştirmenin bir yoludur. Bana göre feminist bir kadın, kendisini erkek bakış açısından algılamayan ya da algılamak istemeyen bir kadındır. Ben buna eşitlik demiyorum çünkü bana göre "kadınlar erkeklere eşittir" demek ayrımcılıktır... Ben cinselliği politik bir konu olarak değerlendiriyorum. Türkiye'de bir cinsellik terörü var. Kızlar hamile kaldıklarında intihara teşebbüs ediyor. Bu gerçekleri görmezden geliyor ve tabularımızla yaşamaya devam ediyoruz." (*Kadınca*, Ocak 1995, s.28-9).

Saban, bir insanın kendi bedenine sahip olduğunu ve onunla istediğini yapmakta özgür olduğunu öne sürer ve cinselliğin insanları tanımlamak için bir yol olmaması gerektiğini ekler. *Kim* ve *Kadınca* erkeklerin feminizmle ilgili düşüncelerine yer vermekle, farklı geçmişe ve bakış açılarına sahip kadınların yanı sıra erkekleri de meseleye dahil etmeye çalışır ve feminist konular hakkında birbirinden farklı ve çelişkili görüşler sunar.

Bu bölümde yapılan analizler, *Kim* ve *Kadınca*'nın çeşitli feminist söylemleri ele aldığını gösterir. Genel olarak kadın konularıyla ilgili liberal bir bakışa sahip olan dergiler, aynı zamanda 1990'ların birbirinden farklı ve birbiriyle çatışan ve çelişen feminist tartışmalarını temsil eder. Birinci bölümde incelendiği gibi, günümüzde feminist söylemler seküler/Kemalist, sosyalist, radikal ve İslamcı feministleri de içine alan bir çeşitlilik gösterir. Bu dergilerin, kamusal alanda kadınların, örneğin cinsel ayrımcılığı içeren yasalardaki kadınların lehine yapılan değişiklikler gibi, yasal haklarını güvenceye alma konularıyla ilgilenmelerinden dolayı, dergilerin feminist yaklaşımını Türkiye'de genellikle seküler feminizm ideolojisiyle aynı anlama gelen liberal feminizmle ilişkilendirebiliriz. Diğer yandan dergilerin, kadınların çalışma koşullarını iyileştirmek amacıyla

istihdam, sendikalar gibi konuları ele alma çabaları, çizgilerini sosyalist feminizme yaklaştırır. Bunun yanı sıra, işyerinde cinsel taciz ve kadınlara yönelik cinsel ve aile içi şiddeti işlemeleri bu dergileri radikal feminist düşünceye yaklaştırır. Tüm bunlara ek olarak dergiler feminist konulara ilişkin İslami bakış açısını da içerir. Böylesine geniş tabanlı feminist tartışmaları temsil etmeleri, Türkiye'deki dergilerin yukarıda belirtilen konuların kadınların yaşamında nasıl birbirleriyle bağlantılı olduğunu fark ettiklerine ve bu konuları farklı bağlamlarda, farklı bakış açılarından tartışmaları dergilerin okuyucularına karşı hissettiği sorumluluğa işater eder.

Feminizmin Metalaştırılması: 1990'lar Kadını için 'Femi/nen-nist' İmgelerin Reklamlarda Yeniden Oluşturulması

Kadın dergilerindeki metinler kadınlar için çeşitli öznellikler sunar. Örneğin, kadınlar sadece kişisel ve duygusal istekleri ve başarılarıyla ilgili bireyler olarak sunulmaz, güçlü, ekonomik açıdan bağımsız ve kendine güvenen bireyler olarak da kurgulanır. Dergilerde yayınlanan yazıların önemli bir kısmı, kadınların kendilerine olan saygılarını artırma, ihtiyaçlarını ve arzularını dile getirme, aynı zamanda da kadınsı özelliklerine değer vermenin önemini vurgular. Burada verilen esas mesaj, kadınların kendilerine bakıp çekici hale gelerek kadınsılıklarına değer verdikleri takdirde, kendilerine güvenlerini kolaylıkla artırabilecekleri ve arzularını tatmin edebilecekleri yönündedir. Özellikle *Cosmopolitan*'da güzel olmakla kendine güven eş anlamlı kullanılır. Kadın dergilerinin fitness da dahil olmak üzere vücut bakımına yer vermeleri kadınlar için bir özgürlük ve güç kaynağı olarak görülebilir. Coppock *vd.* "fitness yapmanın getirdiği başarı ve kontrol duygusunun, kadınlara diğer fiziksel, zihinsel, toplumsal ya da politik mücadelelerde de başarılı olacaklarına dair güven aşıladığını"[51] öne sürer. Yine de dergilerde 'kabul gören' ideal beden imgesinin 'kadınsı' beden stereotipi dışına çıkmadığına dikkat çekerler. Feminist değerleri ticari değerlere bu şekilde uyarlayan kadın dergileri, 1990'lar kadını için ideal kadınsılık imgelerini yeniden tanımlar ve sunarlar. Dergilerin kadın güzelliğine ve bedenine bu yaklaşımı 'postfeminist' bir yaklaşım olarak değer-

[51] Coppock *vd.*, 1995, s.26.

lendirilebilir ki, bu feminist değerlerin erkekler için çekici olan neyse o yönde dönüştürüldüğüne işaret eder.

Feminizmin savunduğu özgürlük ve kendini geliştirmeye yönelik hedefler önemle vurgulanır, ne var ki yine de öncelikli amaç derginin ve dergide reklamı yapılan ürünlerin satılmasıdır. Böylelikle, feminizmin günümüz kadın dergilerinin sayfalarında okuyucu ondan ne anlam çıkarıyorsa ona dönüştüğü görülür. Macdonald, "günümüzde hem reklamcılık hem de kadın dergisi yayıncılığındaki ticari söylemlerin feminizmin kendine güven ve başarı terminolojisini büyük bir şevkle kendilerine mal ettiklerini ve feminizmin kolektif mücadele amacını, parçalanmış bireysel tüketim hareketlerine dönüştürdüklerini"[52] iddia eder. Dergilerde gözlemlenen bu uygulama, feminizmin açtığı kültürel alanı finansal kazanca çevirmek için kullanılan bir araç olarak görülebilir. Sonuç olarak, feminist amaç ve hedefler kaçınılmaz olarak depolitize edilir.

1970'ler ve 1980'ler boyunca feminist söylemler (özellikle 'kültürel feministler') kadınsı niteliklerin önemini vurgulamışlardı. Kadınsılığın itibarının bazı feministler tarafından bu şekilde önemsenmesi, kadın dergilerinin, bir zamanlar karşılıklı olarak birbirlerini dışladığı düşünülen 'kadınsılık' ve 'feminizm' kavramlarını bir arada ele almalarını kolaylaştırmıştır. 1970'lerin başlarından itibaren reklamcılar feminizmi kendilerine mal etmeye çalışarak, taşıdığı değer ve anlamı ticari ürünlerle ilişkilendirmeye çalıştılar. Başlangıçta kapitalist düzenin katkılarıyla güçlendirilen kadınsılık,[53] şimdi aynı şekilde gücünü yeniden kazanmaktadır. Bu süreçte feminizm kavramı, kadın dergileri tarafından ticari söylemler aracılığıyla yeniden tanımlanmış ve böylelikle feminizm, "tüketim ürünlerinin ticari-imge değerlerinin yenilendiği ve genişletildiği sonu gelmeyen atılımda başka bir 'hammaddeye' dönüşmüştür."[54]

Britanya dergilerinde yer alan bazı reklamlar eşitlik, özgürlük, cinsellik, kendine güven vb. gibi feminist politikanın gündeme getirdiği zorlu konulardan bazılarına değinirken, diğer taraftan güzellik miti gibi ticari kadınsı değerleri benimser. Kadınların

---

[52] Macdonald, 1995, s.91.
[53] Robert Goldman, *Reading Ads Socially*, (Londra: Routledge, 1992), s.131.
[54] a.g.e.

temsilindeki bu iki taraflı tutum, Türkiye'deki dergilerde görülmez. Türkiye'deki dergilerde yer alan reklamlar, kadını tanımlarken genellikle klişeleşmiş kadın imgeleri kullanır. Örneğin, *Kadınca*'daki yağ veya yün reklamları (Ocak 1995) ya da *Kim*'deki evde kullanılan bir elektrikli aletin reklamı geleneksel, eve bağlı kadın imgesini yeniden üretir. Bu nedenle, bu dergilerde yayınlanan reklamların çoğu, derginin başka bölümlerinde dile getirilen feminist düşüncelerle çelişir. *Kim* ve *Kadınca*'da reklamlar ağırlıklı olarak, normatif kadınsılığın yeniden üretilmesini sağlayan moda, güzellik, vücut bakım ve ev ürünleriyle ilgilidir.

Moda, güzellik ve vücut bakım ürünlerinin reklamları Britanya dergilerinde de yer alır. Ancak, bu dergilerin reklam politikası, okuyucularını evle, işle ya da erkeklerle olan ilişkileriyle kısıtlamayıp bir 'bütün' olarak inşa etme eğiliminde olmaları açısından Türkiye'deki kadın dergilerinden büyük ölçüde farklılık gösterir. Bu farklılık araba, sigorta şirketi, fotoğraf makinesi, Eurostar tren bileti, kredi kartı v.s. gibi doğrudan kadınlarla ilişkilendirilmeyen ürünlerin reklamlarının da dergiye dahil edilmesiyle ortaya konur. Şüphesiz bu tür reklamlar kadınlara yönelik cinsel ayrımcılığın azalmasına ve klişeleşmiş kadın imgelerinin aşılmasına ilişkin olumlu mesajlar verir. Kadın dergilerinin reklamlarda ticari ve feminist değerleri nasıl kullandıkları ve farklı yaklaşımlarını göstermek için, aşağıda Türkiye ve Britanya dergilerinden birer reklam incelenecektir.

Editörlerin ve reklamcıların feminist alt metinleri görsel ya da yazılı metinlere dahil etmeleri, bu metinlerin, özellikle de reklamlarda dolaylı bir şekilde kullanılan feminist mesajların, toplumdaki egemen kadınlık imgesine ne derece meydan okuyabileceği sorusunu doğurur. Burada Macdonald'ın, dergi reklamcılığıyla ilgili gözlemi önemlidir: "dergi reklamlarında feminizmle ilgili çağrışımlar hafifletilmiştir ancak, 'kişinin kendisinden memnun olması'nı vurgulayan mesaj içten içe yaygın olarak verilen bir tavsiyedir."[55] *Cosmopolitan*'da yayınlanan bir Lüks sabun reklamı, dergi reklamcılığının bu yönüne ışık tutmak açısından iyi bir örnek teşkil eder. Başlık şöyledir: 'Ben RITA HAYWORTH değilim. Ben KENDİMİM'. Reklam metni şu şekilde devam eder:

[55] Macdonald, 1995, s.93.

Ve kendim olmaktan mutluyum. Ruh halim, ihtiyaçlarım ne olursa olsun yeni Lüks'ün ürün yelpazesi içinde her zaman kendime uygun bir şeyler bulabiliyorum... Duş jelleri, banyo köpükleri, güzellik sabunları ve sıvı sabunların oluşturduğu bir duygu yelpazesinden seçimimi yapabilirim. İster yatıştırıcı bir gevşeme, ister tazeleyici canlılık, ister güzel bir serinlik... tercih benim. Her biri cildimi öylesine güzelleştiriyor ki kendimi güzel hissediyorum. Ve başka biri olmayı isteyebileceğimi bile düşünemiyorum. Yeni Lüks ürünleri... İçinizdeki yıldızı dışarı çıkarın.



I'm not
RITA HAYWORTH

...And happy to be me. And with the new Lux range, there's always something just right for me... whatever my mood, whatever my needs. I can choose from a range of sensations in shower gels, foam baths, beauty bars and liquid soap. Whether it's soothing relaxation, renewed vitality, or blissful refreshment, the choice is mine. Each leaves my skin feeling beautiful, so I feel beautiful. And can't imagine wanting to be anyone else

I am **ME.**



NEW *lux* RANGE. BRING OUT THE STAR IN YOU.

Bu reklam, hegemonya karşıtı söylemin değerleri ve hedeflerini bünyesine dahil ederek, paradoksal bir biçimde geleneksel kadınsılığı muhafaza eder. Eleştirel ve yıkıcı potansiyeli olan anlamların egemen söylemlere, onların geleneksel kadınsılık kavramlarını destekleyecek şekilde nasıl dahil edildiğini incelemek amacıyla, bu reklam metni yapıbozum yöntemiyle incelenecek. Postmodern yazarlar bu yöntemi genellikle, metinlerin içinde sunulan anlamların nasıl inşa edildiğini açığa çıkarmak ve çok yönlü ve birbiriyle çelişen anlamları incelemek amacıyla kullanır.

Lüks sabun reklamında, ürünün görüntülendiği resme yatakta uzanan ve gülümseyen bir kadın fotoğrafı eşlik eder. Bu fotoğraf gerçekliğin doğrudan bir temsili olma iddiasını taşır. Bir gösterge olarak bu görüntünün amacı, Lüks kullandıktan sonra yatağında temiz, dinlenmiş ve güzel bir şekilde uzanan bir kadını anlatmaktır. Ancak, ilk bakışta basit görünen bu görüntünün içinde karmaşık bir mesaj vardır. Bu karmaşıklığa kullanılan slogan kadar imgenin yapısı da katkıda bulunur: kadının yarı çıplak kendine ait bir yatağa uzanması, onun kendine güvenini, cinsel cazibesinden duyduğu memnuniyeti gösterir. Metindeki şu sözler,..."Ve kendim olmaktan mutluyum. Her zaman tam da benim için doğru olan bir şeyi bulabiliyorum... ruh halim, ihtiyacım ne olursa olsun. Seçebiliyorum." bağımsızlığını, seçme özgürlüğünü ve kendi olmaktan duyduğu memnuniyeti yansıtır. Çekici bir beden ve davetkar bakışlarla yatağında yalnız uzanan kadın imgesinin hissettirdiği olumlu duygular, dönüşümlü olarak bir yandan ürünün kendisiyle, diğer yandan kadın-erkek ilişkileriyle özdeşleştirilir. Metinde kullanılan kelimeler, fotoğraftaki kadının bedeninden, güzelliğinden ve istediğini seçebileceğinden emin olduğunu gösterir. Sözü edilen seçim özgürlüğü, bir erkek, bir yaşam biçimi, bir ürün vs. gibi pek çok farklı şey bağlamında anlaşılabilir. Reklam, kendisini mutlu bir birey olarak tanımlayan, özgür ve güzel olduğu için yaşamını kontrol edebilmeye muktedir bir kadın imgesi inşa eder.

'Ben Rita Hayworth değilim, kendimim... İçinizdeki yıldızı dışarı çıkarın' başlığı bir yandan değerli ve işe yarayan bireysel "kadın" kimliğini dışarı çıkarmayı vurgularken, diğer yandan Hayworth'ın tamamen bir mit, *Ben kendimim* ifadesinin ise he-

nüz tamamlanmamış bir mit olduğunu ifade eder ve okuyucuyu, kendi mitini yaratmak için kendisini metindeki imgeyle özdeşleştirmeye davet eder. Böylelikle reklam, el değmemiş bir bakire kadın imgesi sunar ve ona bakan okuyucu da bu miti tamamlar. Bu reklamın stratejisi postmodern olarak tanımlanabilir. Feminist mesajları egemen ideolojiyi destekleyen güzellik mitiyle iç içe geçirdiği için yıkıcı (düzen bozucu) bir stratejidir bu. Egemen bir okuma biçimi yoktur; belirgin bir anlamı olmadığından çok yönlü okumalara açıktır.

Burada yapılan okumanın gösterdiği gibi, metinler okuyucuya şeffaf anlamlar sunmaz: karmaşık, çelişkili ve değişkendir. Bir metnin içinde yer alan çelişkiler okuyucuyu, esas verilmek istenen egemen mesajları reddetmeye sürükleyebilir. Fiske'nin iddia ettiği gibi, "çelişkiler okuyucu olan özne için bir anahtar görevi görür, çünkü okuyucuya potansiyel anlamlarla dolu bir 'kaynak kümesine' başvurabileceği bir an sağlar."[56] Burada egemen anlamların nasıl altüst edilebileceğini göstermek için kendi okumalarıma başvurdum. Bir yandan, güzelliğe değer veren ve güzelliği kendine güven ve kadın bağımsızlığıyla eş anlamlı gören mesajlar reddedildi. Metnin, bir güzellik mitini yıkmayı amaçlarken bir başkasını yarattığı görüldü. Diğer yandan, feminist alt metinlerin fark edilmesi, metnin feminist politika açısından olumlu karşılanmasına yol açar. Bütün bir söylemin içine alt metinler olarak yedirilen feminist mesajlar, toplumsal cinsiyet farklılaşmasının hem doğal hem de arzulanır olduğunu vurgular. Sonuç olarak bu reklam, kadın-merkezli bir bireyselliği onaylayan ve kadınlar için fırsat eşitliğini sorgulamaktan ziyade eşitliğin zaten olduğunu varsayan postfeminist söylem inşa eder. Önceden de belirtildiği gibi, postfeminizmin popüler alanda kavramsallaştırılması, kadınların başarılarını sadece ataerkil normlar çerçevesinde yüceltir ve böylelikle kadınları bireysel hedeflere yönlendirerek kadın hareketinin gerçek hedeflerini önemsizleştirir.

Lux reklamı, kadınsılık kavramının yeniden inşasında feminist alt metinlerin *Cosmopolitan*'ın söylemiyle nasıl iç içe geçtiğine örnek teşkil eder. Bu anlamda Türkiye'deki dergiler, Britanya degilerinden önemli farklılıklar gösterir. Türkiye'deki dergilerin

[56] John Fiske, *Understanding Popular Culture*, (Boston: Unwin, 1989), s.4.

söylemlerinde, yazılı metinlerde feminist değerlere güçlü bir vurgu yapılmasıyla, kadınların reklamlarda stereotip ve cinsiyetçi ideolojinin kadın imgelerini yeniden üreten geleneksel rolleri içinde tasvir edilmesi arasında belirgin bir çelişki vardır. Yani, buradaki dergi reklamlarında ticari ve feminist söylemler iç içe geçmez, birbirlerinden ayrıştırılarak inşa edilirler.

Kim'de yayınlanan 'Ege Seramik' reklamı (Haziran 1995) bu konuyu daha ayrıntılı tartışabilmek için iyi bir örnektir. Ege Seramik, özellikle ev dekorasyonu alanında tanınmış, dünyanın çeşitli bölgelerine ihracat yapan bir seramik şirketidir. İncelenen yıllar içinde, Ege Seramik seri olarak üç farklı reklam yayınlar. Bunların hepsi iki tam sayfadan oluşur. Sayfanın sağ tarafında, reklamın üçte birini kaplayan bir kadının yakın çekim fotoğrafı yer alır. Her seride farklı bir iç tasarım ve farklı milletten bir kadın kullanılır: Japon, İspanyol ve İtalyan. Aşağıda sadece reklamın İspanyol versiyonu incelenecektir.



Sol sayfada Akdeniz stilinde tasarlanmış geniş bir banyo vardır. Pencerenin, mayoların ve deniz topunun tarzı, Akdeniz atmosferinin yaratılmasında belirleyici unsur olarak kullanılır. Rek-

lamın başlığı şöyledir: "Dünyanın tercihi Ege Seramik". İlk bakışta hiçbir 'anlam'ı olmayan ürüne, bizim için hali hazırda bir değer ifade eden bir imge (kadın) kullanılarak değer katılır. Bu nedenle bu aşamada, ürünün sadece bir yönü öne çıkarılır ve ürünle ilişkilendirilen kişi, İspanyol kadın da bir göstergedir. Reklamdaki güzel, çekici ve seksi kadın, 'tipik' bir İspanyol kadını olarak temsil edilir. Saç rengi ve stili, taktığı mücevher ve görünüşü 'stereotip' İspanyol kadın imgesini yeniden üretir. Reklamcılar, Perkins'in 'kısa-yoldan düşünme'[57] olarak tanımladığı stereotip imajları kullanma eğilimindedir, çünkü bu hem işlerini kolaylaştırır hem de vermek istedikleri mesajı ve bilgiyi okuyucularına daha kısa yoldan ve doğrudan iletmeleri için oldukça elverişli bir yoldur.

İspanyol kadın, reklamın sağ köşesine ön plana yerleştirilir ve bu şekilde tüketicinin dikkatini çekmesi sağlanır. Başlık, sayfanın üstünde İspanyolca, altında ise Türkçe yazılmıştır: 'Zerafet ve estetik benim için çok önemli'. Başlık bir düzeyde ürüne, yani seramiğe gönderme yapar. Ancak, bu serilerin hepsinde kadınlar geleneksel ve stereotip görünümleriyle sunulur; başlıklar kadınların ulusal (adledilen) özelliklerine atıfta bulunur, örneğin Japon serisi için 'Gizemli ve çekiciler. Bir rüya gibi' denir ve reklamın bu düzeydeki anlamı, doğrudan Japon kadınlarına atıfta bulunur. Böylece reklamlarda kullanılan kadınların ve ürünlerin özellikleri birbirleriyle dönüşümlü kullanılır. Kadının bu şekilde ürünle özdeşleştirilmesi sonuçta ürünü satmak için kadını 'cinsel' bir nesneye indirger. Reklamda, ev dekorasyonuyla ilgilenen kişi olarak yalnızca kadın imgesinin kullanılmasıyla kamusal alan/özel alan tali ikiliği yeniden üretilir. Kadınların bu şekilde temsil edilmesi, aile içi sorumluluklarını yaradılışlarından gelen bir özellik olarak kabul gören düşünceyi doğallaştırır.

Eçe Seramik reklamı örneği, Türkiye'deki reklamcıların kadınlara yönelik ürünlerde feminist hedefleri ve değerleri alt metinler olarak reklama dahil edecek kadar 'incelikli' yöntemler kullanmadıklarını düşündürür. Feminist ya da popüler olsun hemen hemen tüm mesajlar *Kadınca* ve *Kim*'de alt metin kullanılmadan açıkça sunulur. Böylelikle, feminizmin ve kadınsılığın taşıdığı

[57] T.E. Perkins, 'Rethinking Stereotypes' içinde *Turning It On*, (der.) Helen Baehr & Ann Gray, (Londra: Arnold, 1996), s.21-23, (s.22).

anlamları birbirine eklemek için kullanılan kelime oyunu sürecini temsil eden 'feminizmin metalaştırılması'nın,[58] Türkiye'deki reklamcılar tarafından henüz ticari bir değer olarak fark edilmediği anlamına gelir. Bunun nedeni, ya reklamcıların feminist ideolojinin farkında olan ve kadın hareketinden etkilenen bir müşteri potansiyeli olduğunu kabul etmemeleri, ya bu gerçeği görememeleri, ya da her ikisi birden olabilir. Aynı zamanda Britanya ve Türkiye'deki feministlerin ulaşmak istediği hedeflerin toplumda ne ölçüde fark edildiğinden de kaynaklanabilir. Daha öncede belirtildiği gibi, feminist idealler Britanya'da 'sağduyu' ve kültürel bir referans noktası haline gelmiştir.

Günümüzde, yani yukarıda incelenen dergilerden on yıl sonra yayınlanan kadın dergilerinin reklam stratejilerinde bir değişiklik olup olmadığına bakıldığında fazla bir değişimin olmadığı görülür. Örneğin, 2005 yılında en çok satan kadın dergilerinden biri olan *Elle*'nin reklamları moda, güzellik, yiyecek-içecek ve ev dekorasyonu ürünlerini kapsar. Güzellik mitini ve kadının aile içindeki rolünü yeniden üreten metinler olarak karşımıza çıkarlar. Ancak, diğer taraftan, *Kadınca* ve *Kim*'in feminist konuları ve kadınsılığı temsil etme biçimlerine benzer bir yayın politikası ve okuyucuya karşı bir sorumluluk *Elle*'de de görülür. Örneğin, Mart sayısında "Kadın Hakları Kitabı" ve "Kadın Hakları İnsan Haklarıdır" isimli iki kitapçık dergi ekleri olarak verilir. Dolayısıyla bu örnek, günümüzde de popüler ve ticari söylemlerle feminist söylemlerin yine ayrıştırıldığına ve birbirinden kopuk bir biçimde temsil edildiğine işaret eder.[59]

Dergilerin reklam politikalarını anlayabilmek için yazarlar, editörler ve derginin sahipleri arasında yaşanan karmaşık güç ilişkileri dikkate alınmalıdır. Bu açıdan bakıldığında, Türkiye'deki dergilerin içerik yapısıyla yayınladıkları reklamlar arasında gözlemlenen çelişki, bu güç ilişkilerinin bir sonucu olarak görülebilir. Kısıtlı finansal kaynaklar, kadın dergilerinin reklam konusunda derginin söylemiyle aynı çizgide bir politika izlemelerini ve tercih

[58] Goldman, 1992, s. 131.

[59] Yine de bu örnek, 2000'li yılların dergilerinde yer alan tüm reklamları ve dergilerin yayın politikalarını temsil edemeyeceğinden, günümüze ait bir genelleme yapabilmek için daha ayrıntılı analizlerin yapılması gerekmektedir.

yapmalarını büyük ölçüde zorlaştırır. Yayın şirketinin ticari kaygıları dergilerin reklam politikasında önemli rol oynar. Unutulmamalıdır ki, bir kadın dergisi ait olduğu yayın şirketinin bir ürünü olduğu kadar, şirketin diğer medya ürünlerinin satışı ve reklamı için de önemli bir araçtır. İşte bundan dolayı dergiler, okuyucu için bir kimlik oluşturmanın yanı sıra kapitalist üretim ve tüketim mekanizmasının en etkili mecralarından biridir. Böylelikle, kadınların ve feminizmin yanında olduğu ve onları desteklediği sonucuna varılan *Kim* ve *Kadınca,* bir yandan kadınlığı erkek söyleminin dışında tanımlamaya çalışırken, diğer yandan pazar ekonomisinin kaygıları egemen kültürün devam ettirilmesini sağlayarak ataerkil ideolojinin kadın tanımını yeniden üretir.

Sonuç

Bu çalışmada yapılan dergilerin analizini özetlemek gerekirse, feminizmi ele alış biçimleri ve feminist konuları temsil etmede kullandıkları çeşitli yöntemler açısından dergiler arasında farklılıklar bulunmaktadır. Benzer konuları kendi bağlamları içerisinde işlerler; Baker'ın da işaret ettiği gibi *New Woman* ve rakipleri arasındaki temel fark "içerikten ziyade derginin tavrı ve konuları ele aldıkları bağlamla ilgilidir." (Mülakatlar, s.259). Gerçekten de içerik analizi, Baker'ın bu iddiasını hem Britanya hem de Türkiye'deki dergiler açısından destekler.

Britanya ve Türkiye'deki kadın dergileri arasında gözlemlenen temel fark, Britanya kadın dergilerinin feminizmi çoğunlukla ürünler aracılığıyla yeniden tanımlamasıdır. Böylelikle, feminizmin hegemonya-karşıtı söylemleri ticari ürünlerin içerisine yedirilir, dolayısıyla ne ataerkil ne de kapitalist düzen tehdit edilir. Feminizmin son otuz yıl içinde hem reklamcılar hem de kadın dergileri tarafından evcilleştirilmesi, feminizmin temsillerini kolektif hedeflerden bireysel tercih ve yaşam biçimlerine indirgenmesi yönünde değiştirmiştir. Kadın dergilerinin ve reklamcıların bu yaklaşımları, kadın özgürlük hareketlerinin temel hedeflerinin çoğunun anonimleştirilmesi, gözden geçirilmesi ve politikadan arındırılması anlamına gelen postfeminist kavramıyla tanımlanır. Diğer taraftan, Türkiye'deki dergilerde feminist politika ve kadın konuları hakkındaki güncel tartışmaların temsilleri çeşitlilik

gösterir. Dergilerin bu özelliği, feminist harekete olan sorumluluklarını ve feminizimle olan ilişkilerini yansıtır ve onları, yayınlandıkları dönem itibarıyla feminist hareketlerin yarı-siyasal kaynakları olarak konumlandırır. Feminizmin kültürel gücünün henüz ticari kültür, yani reklamcılar tarafından keşfedilmemiş olduğu görülür. Feminizm, Britanya'da olduğu gibi piyasanın çıkarları için kullanılan ticari bir nesneye dönüştürül(e)medi; Türkiye'deki dergilerde, feminist hareketin toplumsal hedefleri ve feminizmin eşit olmayan toplumsal, ekonomik ve politik ilişkilere getirdiği eleştiriler, önemli güncel konular olarak temsil edilir.

SONUÇ

Feminizm yaklaşık on yıl boyunca küfretmekle eşanlamlı kullanıldıktan sonra... medyada yeni bir cinsellik imgesi olarak ülke çapında yükselişe geçti... Doksanlar feminizmi sadece 'kadın sorunları'yla ilgili değildir... feminizm kendini yeniden konumlandırıyor... 'feminizm' ve 'feminist' kelimelerini canlı ve ana akıma ait hale getiriyor.[1]

1990'larda Britanya ve Türkiye'de popüler kültür metinlerinde feminizmin popülerleştirilmesini ele alan bu çalışmada, kadın dergilerinin, popüler kültürle feminizmi ilişkilendirdikleri ve iç içe geçirdikleri çeşitli üretken stratejiler tespit edildi. Metin analizleri, yukarıda Abdela'nın ifadesini destekler bir şekilde, hem sermaye hem de enerji anlamında, medyanın feminizme yaptığı yeni bir yatırımı ortaya koydu. Feminist söylemlerin çeşitli biçimlerde popüler ve ticari söylemlere dahil edilmesi, feminizmin ve kadınsılığın yeniden tanımlanmasını beraberinde getirerek bu kavramların tanımlarının daha esnek hale gelmesine yol açtı. Bu sayede, kadın dergilerinin feminizm yanlısı düşüncelerin yanı sıra feminizmle birlikte dergilerin diğer söylemlerine ters düşen kaygılara da metinlerinde yer verdiği görülür.

İncelenen yıllarda iki ülkenin kadın dergileri feminist düşünceyi çok çeşitli biçimlerde ele alır, esas olarak tarz, üslup ve bağlamları açısından birbirlerinden farklılık gösterir: feminist düşünceler Britanya dergilerinde ima yoluyla üstü kapalı bir şekilde ifade edilirken, Türkiye'deki dergilerde doğrudan ve açıkça ele alınır. Feminizmin temsilindeki bu tür farklılıklar, birinci bölümde incelenen söz konusu ülkelerdeki feminizmin konumuyla da paralellik gösterir. Bu karşılıklı ilişki, kadın dergilerinin feminist hareketler, uygulamalar ve söylemler tarafından etkilendiği görüşünü destekler niteliktedir.

---

[1] Lesley Abdela, 'Action Women', *Cosmopolitan*, Ekim, 1993, s.30

Britanya kadın dergilerinin kendilerine mal ettikleri feminizm anlayışı, daha geniş seçeneklere, daha fazla özgürlüğe ve özerkliğe sahip olma temelinde gelişen popülist 'kadın arzusunu' teşvik eder. Kadın dergilerinin sayfalarında oluşturulan 'Yeni Kadın' bir mit olabilir, ama aynı zamanda pek çok açıdan kadınlar için ilham kaynağıdır. Örneğin, bir önceki bölümde incelenen Lux sabun reklamı, bir yandan hayali bir kadın imgesi sunarken, diğer yandan güç, özgürlük gibi değerleri çağrıştıran unsurlar kullanarak okuyucuların kendi mitini yaratmasına izin verir ve var olan miti yıkmaya çalışır. Ancak Lux reklamında oluşturulan bu söylem, sadece şehirli ve dar sınırlar içinde tanımlanmış, belli bir sınıf, ırk ve yaştaki kadına hitap eder. Çünkü sektörün yapısı, özellikleri net bir şekilde tanımlanmış bir tüketici kitlesini gerektirir. Bu bağlamda, *Cosmopolitan* ve *New Woman*'ın feminizmi beyaz, orta-sınıf, heteroseksüel kadınlara hizmet eder. Feminist hareketlerin kazanımlarından belli ölçüde kendilerine yarar sağlamış olan bu kadın topluluğu, ayrıcalıklı konumlarıyla 'bireyci feminizm'i uygulamaya koymak için en uygun pozisyona sahiptir. Daha önce de belirtildiği gibi, bireysellik, 1979-1997 yılları arasında Britanya'daki muhafazakâr liberal politikaların temel kavramlarından biriydi ve bireysel özgürlüğün teşvik edilmesinin bir sonucu olarak bu dönemde toplumsal cinsiyet ve ırksal farklılıklar artmıştı. 1980'ler ve 1990'ların bu politik ortamı, feminizmin ana akım medyada temsil edilme biçimlerinin arka planını oluşturur. Dolayısıyla, *Cosmopolitan* ve *New Woman*'ın postfeminist söylemleri ve liberal çizgileri, hem okuyucular hem de yayıncılar için en kabul edilebilir bir feminizm tanımı olarak görülebilir. Dergilerin bireyselliğe, seçme özgürlüğüne ve kadın-erkek arasında var olduğu öngörülen hak ve fırsat eşitliğine odaklanmaları, onların genel olarak ılımlı ve kapitalist demokrasinin liberal ideolojisiyle uyum içinde olduğuna işaret eder.

Postfeminist söylemlerin egemen olduğu Britanya dergileri, politik konuların yerine anahtar sözcüğün 'seçim hakkı' olduğu yaşam biçimiyle ilgili konuları koyar. Ancak, dergilerin yaşam biçimiyle ilgili gündeme getirdikleri bu konuları mutlaka olumsuz değerlendirmek gerekmez, zira dergiler, bu konuları ön plana çıkararak feminizmin popüler olanla ilişkisinde yaşanan değişimlere ayak uydurmaya çalışırlar. Yaşam biçimine ait seçenekleri

okuyucuya sunan kadın dergilerinin bu temsilini feminist politikaların temsili olarak algılamak yanlış olur, ama diğer taraftan, dergilerin toplumsal ve politik değişimlere gösterdikleri ilginin ve yaklaşımın eleştirel feminist hedeflerin bazılarıyla kesinlikle bağdaşmayacağı anlamına gelmez. Çünkü dergilerde yayınlanan metinler incelendiğinde, bir kısmının kendine saygı, iş yerinde fırsat eşitliği, cinsel ayrımcılıkla ilgili ön yargıların sona ermesi ve cinsel haz gibi konularda okuyucularını destekleyen bir tavır sergiledikleri görülür.

Bununla beraber, dergilerde kişisel ve bireysel olduğu vurgulanan sorunların çoğu aslında erkek-egemen bir toplumda yaşayan kadınların toplumsal statüsünden kaynaklanır. Böylelikle, *Cosmopolitan* ve *New Woman* feminizmin 'kişisel olan politiktir' sloganını, bir dizi politik düşünce ve uygulamayı kişisel yaşam biçiminin tercihlerine dönüştürerek altüst eder. Bu dergiler feminist politikalardan yararlanarak feminist bir kimlik oluşturmaya çalışır, ama bu kimlik politik uygulamalarla ilişkilendirilmekten ziyade, belli bir görünüme, belli bir kişiliğe ve işe sahip olma kriterleriyle tanımlanır. Bu şekilde politikadan arındırılarak tanımlanan feminizm, bell hooks'un da belirttiği gibi, "herkesi kucaklayabilir çünkü açık ve net bir politik görüşü yoktur. Böyle bir 'feminizm' anlayışı, hareketi politikadan uzaklaştırarak, bireysel olarak kendi kendine yeterli olma anlayışına geri götürür."[2] Bu bakış açısına göre, kadın dergileri, televizyon programları, filmler gibi feminizm kendi (popüler/ticari) söylemleri içerisine dahil eden popüler kültür ürünleri, kadınlara, kolektif feminist hareketi ön plana çıkartan düşüncelerin yerine, farklı seviyelerde bireyselliklerini uygulayabilecekleri kaynaklar sağlar.

New Woman ve *Cosmopolitan*'ın feminizmi ele alış biçimiyle bu bakış açısının tamamen örtüştüğü görülür. Dergilerin feminizmi, Wolf'un tanımladığı şekliyle 'güç feminizmi' olarak adlandırılabilir: dergilerde inşa edilen kadın sesini ortak bir kimliğe dahil etmek yerine, kendi bireysel sesini talep etmesi yönünde cesaretlendirir; bu kadın, cinselliğiyle övünür; güçlü olmanın yollarını arar ve onu layığıyla kullanır; kadının hem kendi hayal-

[2] bell hooks, *Outlaw Culture: Resisting Representations*. (New York, Routledge, 1994) s.98.

lerini hem de toplumsal değişimi gerçekleştirebilmesi için para kazanması önerilir.[3] Sonuç olarak, Britanya dergileri, kadınları kolektif hedef ve amaçlara yönlendirmekten ziyade, söylemleri kadınları kişisel hedeflere ve bireysel başarılara teşvik eder; bu nedenle söz konusu dergilerde ataerkil düzene meydan okuyabilecek bir kararlılık izlenmez. Erkek iktidarından kaynaklanan sorunlara önerdikleri çözümleri çoğunlukla toplumsal düzenin içerisinde değil de, kadın öznelliklerinde ararlar.

Diğer yandan, Türkiye'deki dergiler, erkek baskısından kaynaklanan sorunlara önerdikleri çözümleri toplumsal düzende arama eğilimi gösterirler. Örneğin, cinsiyet ve cinsellik teması içinde incelenen bekaret konusu, *Kim* ve *Kadınca* tarafından toplumsal, hukuki ve ahlaki bir konu olarak sunulur. Özellikle, 1990'larda Türkiye'de yaygın bir uygulama olan bekaret testi, feminizmin gündeminin önemli bir maddesi haline gelmişti. Bu dergiler, böylesine travmatik bir uygulamaya izin veren ve kadınların bedenlerini bu şekilde kontrol eden devlet kurumlarını ve uygulamalarını çok sert bir dille eleştirir. Aile içi şiddet, tecavüz, iş yaşamında eşitsizlik gibi, kadınların toplumdaki ikincil konumlarından kaynaklanan diğer bazı sorunların bireysel başarısızlık ya da sorumluluktan çok toplumsal düzenin içinde aranır. Bu anlamda, Britanya dergilerinden farklı olarak, *Kim* ve *Kadınca*'nın konuları ele alış biçimlerinde, kadınların kişisel yaşamlarının politik yönünü vurguladıkları öne sürülebilir.

Söz konusu bu iki dergi, kadın sorunlarını ve feminist konuları farklı bakış açılarından ve farklı bağlamlarda tartışmaya açarak, kadınların toplumdaki ikincil konumlarının getirdiği olumsuz sonuçlarla başa çıkabilmeleri için okuyucularını bilgilendirme sorumluluğu gösterirler. Yaklaşımları, Türkiye'deki kadınlar için ideal bir model yerine alternatifler aranması yönündedir ki, bu da söylemlerindeki çelişkiye ve çeşitliliğe işaret eder. Bu bakış açısı, dergileri ideal ve efsanevi bir kadın kimliği inşa etmek yerine, 'gerçek' kadınla ilişkilendirir. Bu nedenle, Türkiye'deki kadın dergilerinin feminizm anlayışı onların, kadınların cinsel taciz ya da şiddet gibi 'gerçek' sorunlarla karşılaştıklarında, bu

[3] Naomi Wolf, *Fire with Fire: The New Female Power and How It Will Change the 21st Century*, (Londra: Chatto and Windus, 1993), s.149.

sorunlarla başa çıkmanın yollarının neler olabileceği konusunda önerilerde bulunmasını mümkün kılar. Sonuç olarak, feminist konuların *Kim* ve *Kadınca*'da temsil edilme biçimleri, daha eşit ve demokratik bir toplumsal yapı oluşturmak için bireysel gelişimin yanı sıra kolektif aktivizmi de önerir. Feminist değerlerin bu dergilerin söylemlerinde oldukça etkili olmasına rağmen, kadınsılığın metalaştırılmasını engelleyemediği görülür. Kadınsılığın ve feminizmin birbiriyle çelişkili sunumlarındaki en önemli etken piyasanın getirdiği sınırlamalardır.

Britanya ve Türkiye'deki dergiler arasında tespit edilen temel farklılıklar, birinci bölümde incelendiği gibi, Britanya ve Türkiye'deki feminist hareketlerin içinde geliştikleri toplumsal ve kültürel dinamiklerden ve farklı tarihsel bağlamlardan kaynaklanır. 1960'lı ve 1970'li yıllardan beri bu ülkelerde yaşanan toplumsal, politik ve ekonomik değişimler, feminist düşüncenin gelişiminin alt yapısını oluşturdu ve kaçınılmaz olarak kadınların ihtiyaçlarını ve beklentilerini biçimlendirdi. Endüstrinin yapısal özellikleri ve piyasanın getirdiği sınırlamaların da bu ülkelerdeki dergilerin feminizmi ele alışlarında farklılıklar yarattığı görülür.

Popüler Olanla Politik Olan Arasında Köprüler Kurmak

İçerik analizinde, dergilerin içeriğine hâkim olan altı tema belirlendi. Bu temaların işleniş biçimi çeşitli açılardan iki ülke arasında belirgin farklılık gösterir. Örneğin, feminist düşünce tüm dergilerde ele alınan cinsiyet ve cinsellik konularının içine sızmıştır. Ancak cinsellik, Britanya'daki dergilerde kişisel bir başarı ve haz alanı olarak görülürken, Türkiye'deki dergilerde erkek değerlerinin egemen olduğu ve kadınların kendilerini kurtarması gereken bir alan olarak sunulur. Bu farklılıklar, kadınların kendi kültürel bağlamlarındaki ihtiyaç ve beklentilerinin yansımaları olarak değerlendirilebilir. Her iki ülkedeki dergiler cinsel sağlık, cinsel ilişkilerde eşitlik, doğum kontrolü ve hamilelik testleri hakkında bilgi verir. Bunun yanı sıra Britanya'daki dergiler ve onlara oranla daha sınırlı ölçüde Türkiye'deki dergiler, ikinci dalga feminizmin yeterince üzerinde durmadığı, cinsel arzu ve cinsel tatmin gibi ihtilaflı konuları kadınlar açısından tartışır. McRobbie'nin belirttiği gibi, feminizmin ahlaki yaptırımlarının ol-

duğu, eğlenmeyi seven ve heteroseksüelliğin tadını çıkaran genç kadınların bazı feministlerce ayıplandığı bir ortamda, dergilerin oldukça kışkırtıcı bir dil benimsediği doğrudur.[4] Dergilerin temsil ettiği feminizmle ilgili bazı imgeler, kimi feministlerin düşmanlığını kazanabilir. Ancak, şunu da belirtmek gerekir ki, feminist politikalar ve kadın dergileri tarafından oluşturulan feminizm kavramının farklı versiyonlarının okuyucuya sunulması, bir tek kadın grubunun değil de, farklı kadın gruplarının feminist söylemlerle ilişki kurmasına ve yaygınlaşmasına olanak sağlar.

Britanya'daki kadın dergilerinde kadınsılık, genellikle kadın kimliği için bir çerçeve oluşturan cinsellik yoluyla tanımlanır. Bu dergilerin hedef kitlesini, kişisel, profesyonel ve sosyal yaşamlarında bağımsız ve başarılı olabilmek için tavsiye ve bilgi isteyen kadınlar oluşturur. Kendine güvenmek, iddialı olmak ve kararlılık, kadın okuyucuların kişisel nitelikleri olarak vurgulanır. Bu nitelikler çoğunlukla dış görünüş ve cinsel cazibeyle özdeşleştirilir. Türkiye'deki kadın dergileri de kadınları bu tür özelliklere sahip olmaya teşvik eder, fakat bunu daha didaktik bir biçimde yapar. Örneğin, cinsellik konusunda eğitici bir tavır alınmasının temel nedenlerinden biri, evlilik öncesi cinsel ilişkinin toplumun büyük bir kısmı tarafından kabul görmemesidir; bu nedenle dergilerin hedef kitlesini oluşturan kadınların çoğunun deneyimsiz ve cinsellik konusunda kendisini suçlu hissetmeye meyilli oldukları varsayılır.

Dergilerin evliliğe şüpheci ve eleştirel yaklaşımları yine feminist düşüncenin kadın dergileri üzerindeki etkisini gösterir. Görece sert üslupları, geleneksel olarak kadın dergilerinde teşvik edilen evliliğe ve tekeşliliğin bir norm olması gibi kaygılara karşı çıkar ve eleştirir. Buna rağmen, aile ve evlilikle ilgili konularda Britanya dergilerinin feminizm anlayışı, feminizmi 'seçme özgürlüğü' kavramına indirger. 1980'lerde Avrupa'da yaratılmış bir mit olan süper kadının sorunlarına, sık olmasa da Türkiye'deki dergilerde yer verilir.

---

[4] Angela McRobbie, "More!: New Sexualities in Girl's and Women's Magazines", içinde, *Back to Reality: Social Experience and Cultural Studies* (der.) Angela McRobbie, (Manchester: Manchester University Pres, 1997), s. 190-209 (s.205).

Feminizmin etkisinin gözlemlendiği diğer bir alan da istihdamdır. Dergilerin kadın istihdamının farklı yönleriyle ve kariyer sorunlarıyla ilgilenmeleri, bir ölçüde kadınlara, erkek egemenliğinin halen sürdüğü bir toplumun yapısını sorgulamak ve bundan kaynaklanan zorluklarla başa çıkmak için çözümler sunabilecekleri bir alan yaratır. İş dünyasının farklı alanlarından temsil edilen olumlu kadın imgeleri, kadınlar için, bir rol modeli oluşturur ve neleri başarabilecekleri konusunda fikir edinmelerini sağlar.

Dergiler, aynı zamanda, kadın kültürünün yüceltilmesi ve kadınlara atfedilen 'yeteneklerin' onaylanmasını teşvik eder ki bu egemen 'kadınsılık' anlayışına meydan okumaya katkıda bulunur. Kadınsılıkla özdeşleştirilen, örneğin kırılgan ve duygusal olmak gibi olumsuz özelliklerden bazılarına bu kez olumlu anlamlar yüklenir ve bu özellikler bireysel gelişimi sağlamada etkili unsurlar olarak kullanılır. Kadınlara atfedilen özelliklerin olumlu yanlarının ön plana çıkarılması ve üretken bir biçimde kullanılması, feminist düşüncenin, özellikle de kültürel feminist hareketin, kadın dergilerinin kadınsılığı yeniden tanımlama sürecindeki etkisine işaret eder.

Bu çalışmada yapılan metin analizleri sonucunda, cinsellik, kadın-erkek ilişkileri ve duygusallık gibi konuların, 1990'lardaki kadın dergilerinde halen egemen olduğu ancak, bu konuları temsil etme biçimleri ve ele aldıkları bağlamın geleneksel kadın dergilerinden büyük ölçüde farklılık gösterdiği ortaya çıkar. Erkekliğin tartışılması ve feminist düşünce çizgisine paralel bir 'Yeni Erkek' kimliğinin oluşturulması, 1990'ların kadın dergilerini geçmişteki dergilerden farklılaştıran önemli bir unsur olarak karşımıza çıkar. Dergiler, erkeksi değerlerin değişimi ve dönüşümü konusunda erkeklerin kendi görüşlerini alır ve ayrıca onlarla bu değişikliklerle nasıl başa çıktıklarını tartışır. Bu da, (1) sadece kadınların değil erkeklerin de değişmiş olduğunun ve (2) dergilerin, kadınlar ve erkekler arasında sabit olmayan, esnek kimlik tanımları geliştirerek, iki cins arasında ittifaklar oluşturma ve köprüler kurma gerekliliğini kabullendiklerinin bir göstergesidir.

Bu çalışmanın ortaya koyduğu gibi, incelenen kadın dergileri birçok feminist konuyu popülerleştirmiştir. Sonuç itibarıyla bu metinler, feminist konuları daha geniş bir gruba yaymaya katkıda bulunan önemli kaynaklar olarak görülebilir, ancak bu katkı-

nın oldukça sınırlı olduğu da göz ardı edilmemelidir. Bu metinlerde feminizm, bazen feminizm kavramının kendisine referans verilerek, bazen de verilmeden yeniden tanımlanır ve inşa edilir. Kadın dergilerinde ve genel olarak ticari medyadaki feminizmin temsil biçimleri, özellikle belli bir amaç için seçilmiş, sınırlı feminist görüşlerden öteye gidemez. Bu nedenle, feminizmin popüler kültürdeki bu sınırlı temsilini, feminist politikaya denk görmek yanıltıcı olur. Bununla birlikte, okurlarına güçlü, yetkin ve aktif kadın imgesi sunan dergilerin olumlu etkilerini hafife almak da yanıltıcı olur. Kadın dergileri, feminist ideolojinin belli bir versiyonunu sunar, bu da feminist politikanın ihtiyacından ziyade kadın dergilerinin (maddi) ihtiyaçlarına cevap verir. Kadın dergileri aracılığıyla okuyucuların ilgisini çekmek ve aynı zamanda ekonomik beklentileri karşılamak için ne gibi kadın deneyimlerinin ve ne tür konuların ele alınacağına kendilerini feminist olarak tanımlayan dergi editörlerinin karar verdiği görülür.

Ticari açıdan bakıldığında, kadın dergilerinin temel amacı elbette feminist politikayı desteklemek değildir. Kadın dergilerinin çoğu büyük multi-medya kuruluşlarının bir parçası olduğundan, temel amaçları, var olan kapitalist sistemde varlıklarını sürdürebilmek için bu gibi kuruluşların kârını artırmak ya da korumaktır. 1990'ların sonunda yayın hayatına son verilen *Kim* ve *Kadınca*'nın durumu, bağlı oldukları medya şirketlerinin artık bu dergilerden kâr sağlayamadıklarını gösterir. Asena, *Kim*'in rakiplerine göre feminist ideolojiye ve feminist politikaya daha fazla yer vermesini derginin kapatılmasında temel neden olarak gösterir ve şöyle devam eder: "Derginin ışıltılı dış görünüşünden ziyade içeriğiyle ilgilenen bir okuyucu kitlemiz olduğu için ışıltılı dergilerin esas gelirini oluşturan reklam kazancını elde etmeyi başaramadık. Diğer kadın dergilerine kıyasla *Kim*'de daha az moda ve güzellik reklamı vardı."[5] Kadın dergilerinin geliri, satışlardan çok, reklam gelirine bağlı olduğu için, Asena'nın açıklaması sadece *Kim* değil *Kadınca* için de doğru bir tespit gibi görünür. Bu da gösteriyor ki, kadın dergilerinin varlığının ardındaki en önemli güç olan ticari çıkarlar, ancak *sattığı sürece* feminizme yer ayrılmasına izin verdi.

[5] Kasım 1999'da Duygu Asena'nın bir televizyon programında yaptığı konuşmadan alınmıştır.

Bu tür dergilerin piyasadan silinmesi, piyasa kurallarının ve iç dinamiklerinin yanı sıra 1990'larda Türkiye'de feminizmin temsil edilme biçimleri ve toplumsal konumuyla da ilişkilidir. Feminist konular 1980'lerin ortalarından itibaren Türkiye'nin kamusal tartışmalarında önemli yer işgal etmesine ve 1990'ların ortaları itibariyle etkin politik söylemlerin bir parçası haline gelmesine rağmen, 1990'ların sonlarında politikanın ve kamusal tartışmaların gündeminden düşmüştür. Feminizmin bu konumu, ne belli ölçüde toplumu dönüştürmeye katkısı bulunan feminizme ihtiyacımız olmadığı, ne de feminizmin toplumsal ve politik bir hareket olarak başarısız olduğu anlamına gelir. Türkiye'deki feminist hareketler 2000'li yıllara kadar belki kanunlarda ya da toplumsal-politik yapıda köklü bir dönüşüme yol açamadı, ama şüphesiz 90'lı yıllarda toplumun farklı kesimlerinde toplumsal cinsiyet bilincini geliştirdi.[6] Bu gelişmeler sonucunda, 1990'lar itibarıyla feminizmin, feminist eylemler ve medya aracılığıyla toplumda kültürel bir referans noktası haline geldiğini söyleyebiliriz. Bu nedenle, *Kim* ve *Kadınca*'nın kapanması, okuyucunun beklentilerindeki değişimin yanı sıra, feminizmin popüler kültürdeki temsil biçimlerinin de değişim geçirdiğine işaret eder. Analizlerde görüldüğü gibi, her iki dergi de feminist konuları doğrudan ele alır ve ayrı bir bölüm içerisinde bu konulara geniş yer verir. Ama 2000'li yılların Türkiye'sinde bu durumun değiştiğini belirtmek gerekir; günümüz genç kadın dergilerine bakıldığında, feminist söylemleri popüler söylemlere üstü kapalı bir biçimde dahil etme eğilimi gösterdikleri görülür. Bu dergiler, Britanya'daki muadillerine benzer biçimde, iddialılık, başarı, özgürleşme gibi feminist terminolojiye ait sözcükleri kendilerine uyarlayarak tüketim ürünlerinin ticari değerlerini feminizm aracılığla genişletme çabası içindeler.

---

[6] Feminist hareketlerin 2000'li yıllarda geçmişe göre daha fazla, tabii ki geçmişte yapılan mücadelelerin bir sonucu olarak, kanunlarda ve toplumsal-politik yapıda köklü dönüşümlere katkıta bulunduğunu belitmek gerekir. Örneğin, kadın sivil toplum örgütleri 2000'li yıllarda Medeni Kanun'un kadınların lehlne yeniden düzenlenmesinde ve uygulanmasında etkin rol oynadı, yerel yönetimlerin işbirliğiyle pek çok kadın sığınma evleri açıldı, Avrupa Birliği sürecinde kadınlara uygulanan kurumsal ve bireysel şiddet ve ayrımcılık kamuyu ve medyayı daha fazla meşgul etmeye başladı.

Çeşitli feminist anlayışların, kadın dergilerine farklı düzeylerde ve farklı şekillerde dahil edilerek ele alınması, 1990'larda kadınsılığın yeniden tanımlanması sürecinde kaçınılmaz olarak etkili olmuştur. Bazen birbirini tamamlayan, bazen de birbiriyle çelişen farklı kadın öznelliklerinin dergiler tarafından tanınması ve temsil edilmesi, popüler kültür metinlerinde kadınların olumlu anlamda genişletilmiş bir sunumu olarak ve dahası geleneksel kadınsılık anlayışına bir meydan okuma olarak görülebilir. Kendilerini (farklı açılardan da olsa) feminist olarak tanımlayan kadın dergilerinin editörleri, 1990'ların kadını için, kadınsılığın ve feminizmin yeniden tanımlanması ve temsil edilmesinde önemli rol oynar. Dergilerin yönetim kadrolarında çalışan bu kadınlar, 1970'ler ve 1980'lerin feminist tartışmaları içinde yetişmişlerdir. Dolayısıyla kadın yanlısı olarak nitelendirilebilecek bu dönemin cinsellik ve toplumsal cinsiyet politikalarının ve bunların kadınların toplumsal konumları açısından öneminin bilincindedirler. Editörlerin, feminizme ilişkin anlamları akademi dışında bir platformda tartışma ve üretme çabaları, sadece feminist konuları sağduyunun bir parçası ve kültürde bir referans noktası haline getirmeye yardımcı olmakla kalmaz, aynı zamanda feminizm ve kadınsılık hakkındaki eski ikili karşıtlıkların çözülmesini sağlar. Hiçbir zaman bu gibi hedefleri olduğunu açıkça dile getirmeyen kadın dergileri, yıllar içinde feminist değerler ve kadınsılık arasında daha yakın bir bağın kurulmasını sağlayan önemli araçlar haline geldiler. Kadın dergilerinin (çoğu zaman farkında olmadan da olsa) feminizme olan yakınlığı ve sorumluluğu sayesinde, farklı kadın öznelliklerinin ve kimliklerinin tanınmasını sağladığı, yani sabit ve klişe bir kadın imgesinden uzaklaşıldığı söylenebilir.

Yeni Yönelimler

Editörlerin, kadın dergileri hakkındaki 'var olma sebebimiz kadın yanlısı olmak, kadınları yüceltmek' gibi ifadeleri, kadın dergileri ve kadın dayanışması arasında bir bağlantı olabileceğini akla getirir. Bu, Kadın Özgürlük Hareketi sürecinde, feministlerin 'kızkardeşlik' kavramıyla kastettiklerinden farklı bir anlama gelse de, 1990'ların depolitize ortamında işe yarar bir strateji olarak

görülebilir. Cinsellikten tecavüze, iş yerindeki ayrımcılıktan eşit olmayan toplumsal cinsiyet ilişkilerine kadar çok çeşitli konularda deneyimlerini ve görüşlerini okuyucuyla paylaşan başarılı, ya da sıradan kadınlarla yapılan röportajların ve kısıtlı sayıda da olsa kadınlar arasındaki arkadaşlıkları konu alan yazıların dergiye dahil edilmesi, farklı kadınların ortak çıkarlarını ya da sorunlarını göz önüne almanın bir yolu olarak görülebilir. Bunun, bireysel özgür iradenin önemini vurgulayan postfeminist bir anlayışı ifade etmesinin yanı sıra kadınlar arası rekabete ilişkin klişenin kırılmasını ve kadın kimliğinin farklı yönlerinin ön plana çıkartılmasını sağlar. Film ve reklam gibi bazı popüler kültür ürünlerinde, sadece kadınların yer aldığı boş zaman faaliyetlerinde, halka açık mekânlarda kadınların beraber oturması, birlikte araba kullanarak boy göstermesi şeklinde, kadınların kendi cinsleriyle birlikte daha fazla gösterilmesi, bu iddianın diğer popüler kültür ürünleri için de geçerli olduğunu gösterir. Bu gelişmeyi önemsemek gerekir, çünkü sözü edilen bu postfeminist tavırlara nasıl yaklaşılacağı ve nasıl yeniden değerlendirileceği konusunda, feminist eleştirmenlerin popüler kültür ürünleri alanındaki çalışmalarını genişletir.

Kadın dergilerinin feminist konuları ele alıp, kendi söylemlerine uydurarak adapte etmelerinin çeşitli biçimlerini değerlendiren bu çalışma, feminizmin ve kadın konularının akademi dışında nasıl müzakere edildiğini ayrıntılı bir biçimde inceleyebilmek için, kadın dergilerinin üretim sürecinin ve bağlamının geniş bir perspektiften incelenmesi gerektiğini gündeme getirir. Yeni araştırmaların çalışma alanı olarak gösterebileceğimiz bu konu, editörlerin ve gazetecilerin, feminist konuları ve/veya diğer konuları ele alırken karşılaştıkları engellerin neler olduğunu anlamamıza olanak sağlar. Bir diğer çalışma alanı da, tüketici algısı ve tüketicilerin ürettiği anlamların neler olduğunu inceleyen araştırmalara yoğunlaşmak olabilir. Etnografik araştırma yöntemleri, okuyucunun metinleri nasıl anlamlandırdığını, metinlerin sunduğu çelişkili ve/veya birbirini tamamlayan kadınsı/feminist anlamları nasıl müzakere ettiğini ve okuyucunun kendisini güçlendirmek için metinleri çeşitli kullanma ve kendisine uyarlama yollarını inceleyebilmek için gerekli araçları sunar. Kadın dergilerinin bu bakış açısından incelenmesi, feminizmle kültürel metinlerin üreticileri

ve tüketicileri arasındaki ilişkinin yeniden kavramsallaştırılmasına olanak sağlar.

Bu çalışmanın yeni araştırma alanı olarak işaret ettiği bir başka konu ise, kültürel metinleri üretenlerin kullandığı ironik dil olabilir. Burada yapılan analizlerin de göstermiş olduğu gibi, kadın dergileri bazen, özellikle *Cosmopolitan* ve *Kim,* erkeksilik gibi (başa çıkılması zor olabilecek) bazı konulara ironik bir şekilde yaklaşır. Belki de McRobbie'nin öne sürdüğü gibi, "ironi, parodileştirme ve kadınlığa atfedilen naifliğin reddi, okuyucu için daha geniş bir tepkisellik ve eleştiri alanı açar."[7] Dilin incelikli kullanımı, dergilerin ve dolayısıyla okuyucunun 'ciddi' konuları daha rahat bir şekilde ele almasını ve kadın fantezisi, eğlence ve kadın hazzı gibi meseleleri daha özgürce keşfedebilmesine izin verir. Örneğin, bir önceki bölümde görüldüğü gibi, erkeklikle dalga geçmek, erkek egemen toplumla mücadele etmenin bir yolunu açar ve dahası, mücadeleyi bir anlamda daha idare edilebilir ve değiştirilmesi kolay bir hale dönüştürür. Ayrıca, genç kadınlar arasında, erkek egemen dilin sınırlarını aşan, birlikte oluşturulan bilgiye dayalı bir dil yaratmaya çalışır. Bu çalışmanın bulguları, dergilerin söylemindeki ironik dilin eleştirel düşünce için imkânlar sunabileceği iddiasını destekler. Dergilerin, bazen bilinçli bir şekilde olmasa da, yerleşik toplumsal cinsiyet ilişkileri, ataerkil kurumları ve bir ölçüde kapitalizmi eleştirmeye yönelik çabaları, geleceğin feminist stratejilerine ipuçları vererek nelerin yapılabileceğine dikkat çeker.

Bu kitapta incelenen kadın dergileri, feminizmi kendi amaçlarına uyarlamanın incelikli yollarını geliştirdiklerini açığa çıkarır. 1990'ların kadın imgesi oluşturulurken, kadınsılığın yeniden tanımlanması sürecinde feminizmin etkisini inceleyen bu çalışma, feminizmin ve dolayısıyla kadınsılığın dolaylı imgelemlerini yaratan stratejileri anlayabilmek için, popüler kültürün diğer alanlarının da feminist bakış açısından, ayrıntılı biçimde incelenmesi gerektiğine işaret eder. Popüler medyada sunulan feminizm yanlısı imgeler feminist mücadeleye bir katkı olarak görülebilir, ancak feminizmin, kolektif eylemi gerektiren bir toplumsal ve politik hareket olduğu gerçeğini, feminist analizlerin her fırsatta

[7] McRobbie, 1997, s.188.

vurgulaması gerekir. Bunun aynı zamanda kadın dergileri üzerinde de etkili sonuçları olabilir; dergiler bireysel feminist hedefleri teşvik etmenin yanı sıra kolektif aktivizmin gerekli bir strateji olarak sunulmasının önemini kavrayabilirler.

Kadın dergilerinde feminist/postfeminist söylemlerle ilgili dile getirilen pek çok alan, Britanya ve Türkiye bağlamında incelenen feminist kuramsal tartışmaların da gösterdiği gibi, feminizmin 1990'lardaki konumuyla kavramsal olarak örtüşür. Feminist, ticari ve popüler söylemlerin etkileşimlerini ve yansımalarını birbirine eklemleyen popüler feminizm, çeşitli tartışma ve ihtilaflara yol açmasına rağmen, bazı feminist konuları medyanın gündeminde tutmuştur. Bu durum, farklı feminist yaklaşımların işine yarayabileceği, yararlanabileceği iki ihtimali ortaya çıkarır. İlk olarak, popüler feminizm, kadınsı/feminist anlamların üretildiği ve dolaşıma girdiği kamusal alanın genişlemesine yardım eder. Bu da, feminizmin ne olduğu ve ne işe yaradığı üzerine yapılan tartışmaları akademisyenler ve politikacılar gibi küçük bir grupla sınırlamak yerine, çeşitli kadın ve erkek sesleri için daha geniş bir alan oluşturulması anlamına gelir. Bu açıdan bakıldığında, popüler feminizm, farklı seslerin ve feminizm anlayışlarının çoğalmasında bir araç haline gelir. İşte bu nedenle, popüler feminizm metinleri ister kadın dergisi, pembe dizi, film ya da reklam formunda olsun ilerici (progressive) olarak görülmelidir; çünkü bunlar ataerkil sistemi devamlı olarak sorgular, kadınsı/feminist değerleri meşrulaştırır ve böylelikle kadınların öz güvenlerinin artmasını sağlarlar. İkinci olarak, kadın dergileri ve diğer popüler kültür formları, feminizmle ilgili konuları içeren metinleri geniş bir okuyucu kitlesine ulaştırıyorlarsa, ki ulaştırıyorlar, feministler de daha geniş bir kitleye ulaşabilmek için kadın dergilerinden bazı stratejiler öğrenebilir. Feministlerin, feminist politika ya da sıradan kadınlar adına bu tür popüler kültür ürünlerinin önemini ve işlevini yadsımak yerine, onlarla etkili bir diyalog kurabilirler ve gelecekteki feminist politika ve stratejileri bu metinlere dahil etme yolları üzerine çalışabilirler. Feministlerin girişimiyle gerçekleşebilecek bu işbirliği, kadın dergilerinin bireysel söylemini dönüştürmelerine katkıda bulunarak kolektif aktivizmi güçlendirme amacına hizmet edebilir.

KADIN DERGİLERİNİN EDİTÖRLERİYLE MÜLAKATLAR

COSMOPOLITAN

Linda Wood, Yayın Editörü, 28 Nisan 1996

Derginin üretim sürecinde editör olarak rolünüzü tanımlar mısınız?

Benim görevim tüm farklı bölümleri idare etmek. Biz bir takım olarak çalışırız. Ben, derginin zamanında çıkmasını ve harcamaların bütçeye uygun olmasını sağlamaya çalışırım. İlk bakışta kolay görünüyor, aslında büyük sorumluluk isteyen bir görevdir. Tabii ki aynı zamanda ofisin tüm iç işlerini de yönetirim. Yani benim esas işim çalışanların ekip halinde çalışmasını ve derginin yayına teslim tarihini geçirmemesini sağlamak.

Temel görevlerimden biri de, hazırladığımız tüm numuneleri gözden geçirmek ve doğru şekilde yayına hazırlandıklarından emin olmaktır. Derginin planlama aşamalarının çok fazla içindeyim. Bu amaçla yaptığımız tartışma toplantıları olur, örneğin gelecek hafta Ağustos sayısı hakkında konuşmak için bir toplantı yapmayı planlıyoruz. Konu başlıklarının doğru sırada olması ve yeteri kadar konuya uygun yazı bulabilmek için derginin alt bölümlerinin içeriğini belirlemek için ben kabataslak bir plan yaparım. Böylece 'erkekler' ya da 'sevgilin ve sen' konulu iki yazının aynı anda dergide yayınlanmayacağından emin oluruz. Her şey çok dengeli olmalıdır. Benim buradaki temel görevim budur.

Editoryal ekipte 28 kişiyiz ve herkes kendi bölümleriyle ilgili olarak bana yardım eder. Çalışanlar, çoğunlukla bölümlerin başındakilere güvenirler. Bunlar, şef editör, yardımcı editör, sanat yönetmeni ve moda yönetmenidir. Ekiplerini iyi yöneten ve kendi bölümlerini sorunsuz hazırlayan kişilere güvenirim ve onlarla işbirliği yaparım.

Kararlarınızı etkileyen iç ve dış etkenler nelerdir?

İç etkenler her şey olabilir. Örneğin burada yaptığımız bir toplantıda, birisi bana erkek arkadaşına önce kendisinin çıkma

teklif ederek ne denli cesur davranmış olduğunu anlatabilir ve bunu dergide bir konu başlığına dönüştürebiliriz. Dış etkenler ya da dışardan gelen etkiler de herhangi bir şey olabilir. Gazetede ya da televizyonda ilginç bir olaya rastlarsak bunu da bir konu başlığı haline getirebiliriz.

Çalışanlar tamamen benim sorumluluğumdadır. Onları ben işe aldığım için hem yaptıkları işten hem de iş dışındaki sorunlarından sorumluyum. Bu anlamda biraz Güzin Abla (agony aunt) gibiyim. Her bölüm belli fikirlerle bana gelir, böylelikle derginin içeriğini oluşturan tüm girdiler elimizde olur ancak son kararı veren editördür. Reklamlara gelince, derginin yayın planını ben yaparım, bu nedenle bir reklamın bir konu başlığına uygun düşmediğini düşünürsem, derginin içeriğinin belli bir mantık ve anlayışla akmasını sağlamak için onu değiştiririm. Promosyon konusunu da ben kontrol ederim. Bir ürünün ya da promosyonun dergide yer almasının *Cosmo* okuyucuları için herhangi bir nedenden uygun olmadığı görülürse eğer bu kararda da ben etkili olurum. Ancak reklamı yapılan ürünlerin sayfaları üzerinde benim etkim yok, çünkü o işten başka bir bölüm sorumlu. Nihayetinde, bu alanlarda son kararı veren kişi yayıncıdır. Reklamlar ve promosyon konusunda son sözü yayıncılar söyler.

Derginizi nasıl tanımlarsınız?

Şöyle diyeyim, 18-37 yaş grubuna seslenmeyi amaçlayan, dünyanın en çok satan kadın dergisidir. Dergimiz ilişkiler, moda, güzellik, iddialı ve çekici olmak ve hayatınızdan elde edebileceklerinizin en fazlasını elde etmek gibi bu yaşlardaki kadınların ihtiyacı olan tüm konuları ele alır.

Kadın dergileri neden vardır?

Bence onların amacı ilham vermektir. Kadınların, yaşamlarında yapabileceklerinin en fazlasını yapmak ve yaşamlarını geliştirmek yolunda bir amaç edinmelerine yardımcı olurlar. Kadın dergileri, kariyerlerini nasıl sürdürecekleri konusunda olsun, son moda kıyafetleri nereden alabilecekleri konusunda olsun kadınlara geniş ölçüde bilgi sağlar. Bütünüyle bilgilendirici rolleri vardır. Ve umarım ki, okuyucular için aynı zamanda ilginç ve eğlencelidir.

Sizce kadın dergileri zaman içinde değişime uğradı mı? Nasıl?

Evet. Çünkü yaşam değişti. 1950'lerde kadınların çalışması ender rastlanan bir durumdu, onlar çoğunlukla yuva kuran kişilerdi. Ancak günümüzde bu değişti ve bugün kadınların büyük çoğunluğu çocuk sahibi olmanın yanı sıra dışarıda çalışıyor. Bu 1960'lar ve 1970'lerde ortaya çıkan bir değişim. 1970'lerin başlarında dergiyi çıkarmaya başladığımızda, Cosmopolitan bu değişimlere ayak uydurdu ve kendi yaşamlarını kontrol edebilen kadınlara yöneldi. 1970'lerde kadınlar, gittikçe daha fazla ekonomik bağımsızlıklarını elde ettiler, 1960'larda böyle bir şey yoktu. Kadınlar kendilerini ekonomik açıdan desteklemek için erkeklere ya da ailelerine bağımlıydılar.

Bunun sonucunda dergilerin içeriği ve söylemi de değişti.

Önceden tariflerle ve evde bazı şeyleri nasıl değiştirebileceğiniz konusunda nasihatlerle dolu, ev işleri ve haftalık kadın dergileri gibi pek çok yayın vardı. Çünkü kadınların yaşamı bunlardan ibaretti. Ancak dergilerin içeriği şimdi çok genişledi. İş hayatı, duygusal konular gibi çok çeşitli şeyleri kapsamaya başladı. Bildiğiniz gibi artık kadın dergilerinde ele alamayacağımız hiçbir şey yok.

Geçtiğimiz 20 yıl içinde kadınların yaşamlarını etkileyen en önemli toplumsal değişimler nelerdir?

Günümüzde geçmişe göre çok daha fazla kadın ekonomik açıdan bağımsız. Kanımca en önemli değişim bu. Bana kalırsa bu değişimlere sadece 1970'lerde ve 1980'lerde değil 1990'larda da halen karşılık veriyoruz. Kadınların yaşamlarını etkilemeyi ve ihtiyaçlarını yansıtmayı hiç bir zaman bıraktığımızı düşünmüyorum.

Bazı araştırmacılar Cosmopolitan'ın 1970'lerde ve 1980'lerin başında feminizm yanlısı olduğu, şimdiyse değiştiği yorumunu yapıyor. Buna katılıyor musunuz?

Evet, şimdiki Cosmo'yu tanımlayacak olursak, ona postfeminist diyebiliriz. Birçok savaş kazanıldı. Hareket henüz sona ermedi ancak büyük ve önemli mücadelelerin çoğu kazanıldı.

Feminizmi nasıl tanımlarsınız?

Tanımlamak neredeyse imkânsız çünkü insanlar kelimeye farklı anlamlar yüklüyor. Benim tanımıma göre feminizm, kadın

ve erkeklerin eşit haklara sahip olması gerektiğine, cinsiyetler farklı olsa da hakların eşit olması gerektiğine inanılmasıdır. Biz, *Cosmopolitan*'da bu fikirleri yansıtıyoruz.

Dergi için 'doğru' olduğunu düşündüğünüz şeyin gerçek yaşamda da doğru olduğuna nasıl emin olabiliyorsunuz?

Biliyoruz çünkü insanlar dergiyi satın almaya devam ediyor. Satın almazlarsa, yanlış anladığımızı bileceğiz. Aynı zamanda çok sık olmasa da pazar araştırması yapıyoruz. Başarılı olduğumuzu bilmemizi sağlayan şey, herhangi başka bir genç kadın dergisinden daha fazla satmamız. Pazarlama araştırma bölümü satışlar konusunda araştırmalar yapıyor. Ancak sonuçlar özel, dışarıya veremeyiz.

Dergi, sanıyorum ilk olarak Mart 1972'de yayınlandı, belki siz benden daha iyi bilirsiniz. O dönem burada çalışmadığım için derginin yayınlanmasına neden o yıl karar verildiğini bilmiyorum.

Nasıl bir okuyucu kitlesine hitap ediyorsunuz?

Sanıyorum büyük çoğunluğu bekar. Çok yüksek bir oranda A, B, C kategorisinde okuyucumuz ve bunun yanı sıra her sınıftan, her renkten okuyucumuz var.

Cosmopolitan, piyasanın lideri konumunda. En fazla biz satıyoruz. Yani genç kadın piyasasında. *Marie Claire*, *Elle*, *19*, *Company* gibi bu piyasadaki tüm dergileri geride bıraktık.

Cosmopolitan'ın diğer kadın dergilerinden ne açıdan farklı olduğunu düşünüyorsunuz?

Daha iyi, tabii ki. Bu soruyu cevaplamak gerçekten de zor. Elbette diğer dergilerde ele alınan bazı konular bizim dergimizde de işleniyor. Örneğin diyebiliriz ki bizim moda bölümümüz *Marie Claire*'inkinden daha iyi, ancak *Elle*'inki de bizimkinden iyi olabilir. Bizim yaptığımızın en iyisi olduğunu söylemek kolay değil. Genç kadınlara hitap ettiğimiz için birbirimize benziyoruz. Şöhretimizin ve başarımızın duygusal konuları ele alış biçimimizden kaynaklandığını düşünüyorum. Sanıyorum bizi, diğer herkesten farklı kılan bu. Bu konuları ele alıyoruz ve onları derinlemesine işliyoruz. Bizi farklı kılan unsurun ele aldığımız konuları herkesin kolaylıkla anlayabileceği şekilde işlememiz diyebilirim.

Kişisel Bilgi

Cosmopolitan'da editör olarak bir yıldır çalışıyorum.

Daha önce pek çok dergide serbest yazar olarak çalıştım. Yayın editörü ve haber editörü olarak çalıştım.

Ben herhangi bir sınıfa ait görmüyorum kendimi. Tüm gazeteciler öyledir. Cosmo'yu bırakacak olsam başka bir dergide editörlük yaparım.

37 yaşındayım.

Özel hayatımın röportajınızla ne ilgisi olduğunu anlamıyorum. Bana sorduğunuz türde sorular beni rahatsız ediyor. İnsanların sınıfı veya siyah-beyaz olmasıyla ilgili sorularınız beni şaşırttı. Araştırmanız için bunların neden önemli olduğunu anlayamıyorum.

Sizi kızdırdığım için üzgünüm. Ancak bu araştırmanın amacı için editörlerin üretim sürecindeki rolleri kadar geçmişlerini de incelemek konuya bir bütün olarak bakabilmemizi sağlayacak ve bazı sorunların neden ve niçinlerini anlamamıza ışık tutacak. Teşekkür ederim.

NEW WOMAN

Sam Baker, Yayın Editörü, 30 Nisan 1996

Derginin üretim sürecinde editör olarak rolünüzü tanımlar mısınız?

Ben bir anlamda derginin günlük işleyişini idare ediyorum. Yani, doğrudan derginin üretiminden sorumluyum. Planlama, konu başlıklarını belirleme, mizanpajı gözden geçirmek gibi işler yapıyorum. Derginin içindeki her şeyle ilgileniyorum. Derginin planlaması, içeriğinin hazırlanması, sanat bölümünde kullanılacak görsellere karar vermek, tasarımı onaylamak gibi işlerle uğraşıyorum. Sanat yönetmeni ve tasarım bölümü, konu başlıkları editörü, alt-editörler bölümü ve sağlık ve moda bölümüyle birlikte çalışıyorum.

Kararlarınızı etkileyen iç ve dış etkenler nelerdir?

Aslında kararlarımızı etkileyen çok fazla iç ve dış etken yok. Dergide yer alan konular bizden çıkan iyi fikirler, haberlerde gündeme gelen konular, gündemdeki diğer konular ve o senenin yeni ürünlerine bağlıdır. Dergide olup bitenlerin kontrolü bütü-

nüyle benim ve diğer bölüm editörlerinin elinde. İçerik ve dergiye katkıda bulunacak kişiler açısından tamamen özgürüz. Reklam ayrı bir konu. Geçerli bir nedenimiz varsa, örneğin ürünün hiçbir şekilde dergiyle ilişkilendirilmesini istemiyorsak bir reklamı almayı reddedebiliriz. O zaman, onu geri çevirebiliriz. Ancak bu, çok ender durumlarda olur. Promosyon açısından bakılacak olursa, derginin promosyonunu yapmamızı sağlayacak her şeyin içindeyiz. Bu konuda pazarlama bölümüyle beraber karar alınır. Reklam promosyonlarına gelince, ürünleriyle ilgilenmiyorsak, onları geri çevirebiliriz.

Derginizi nasıl tanımlarsınız?

Bu bir kadın dergisidir ve 25 ile 35 yaş grubundaki kadınlara hitap eder. Duygusal sorunlara ve özellikle de kadın sorunlarına karşı akılcı ve duyarlı bir tutum benimsediğini söyleyebilirim. Orta sınıf ve çalışan kadınlara hitap ediyoruz, işçi sınıfına değil.

Sizce kadın dergileri neden vardır?

Tüm gazetelerin kadın sayfaları vardır. Sanıyorum, bizim derginin olduğu gibi onların da amaçları okuyucu çekmek ve aynı zamanda onları eğlendirmektir.

Kadın dergilerinin zaman içinde nasıl değiştiğini düşünüyorsunuz?

Bence dergilerin amaçları her zaman aynı kaldı: bilgilendirmek ve eğlendirmek. Farklı dergilerin farklı gündemleri var. 1950'lerde ve 1960'larda şüphesiz çok farklı gündemleri vardı. Şimdi birçok kadın, o dönemki kadınların halinden çok daha iyi durumda. 20-25 yıl önce, kadın dergilerinin günümüzde olduğu gibi kadınları özgürleştirmeye yönelik sorumlulukları yoktu.

Temel toplumsal değişim istihdam alanında oldu: en önemlisi, yakın dönemde kadınların kendi kariyerleri ve kendilerine ait bir yaşamları olması daha kabul edilebilir bir şey. Madalyonun öbür yüzünde, günümüzde çoğu ailede hem erkeklerin hem de kadınların çalışmasına ihtiyaç duyulur. Kanımca çok fazla ilerleme kaydettik, kadınlar daha özgür, çok daha iyi ücretler alıyor, daha eşit koşullarda yaşıyor, ancak yine de kadınlar halen aynı iş karşılığında erkeklerden daha az maaş alıyor. Daha uzun saatler çalışıyorlar ve daha az güvenlikleri var. Esas değişim ekonomik alanda oldu. Elbette cinsel ve duygusal alanlarda da değişim

oldu. Ancak kadınlara eşitlik, bağımsızlık ve özgürlük veren temel değişim ekonomik alan olmuştur. Kadınlar halen katetmesi gereken çok yol var. Yine de çok büyük ilerleme kaydedildiğini inkâr edemeyiz.

Kadın dergilerinin bu değişimlere yanıt verdiğini düşünüyor musunuz?

Evet, bence verdiler. Eğer herhangi bir kadın dergisi seçer ve onu on yıl önce basılan bir kadın dergisiyle karşılaştırırsanız, dikkate değer bir farklılık olacağını göreceksiniz. 10 yıl önce, kadınların çalışabilecekleri ve iş sahibi olabilecekleri öne sürülürdü. Şimdi ise, kadınların bu haklara zaten sahip olduğunu varsayıyoruz.

Feminizmi nasıl tanımlarsınız?

Feminizm! Bu çok büyük bir soru, hangi bağlamda?

Sizin feminizm tanımınız.

Bir kadının gerçekten seçme hakkı olarak tanımlardım, hamilelik ya da benzeri konularda değil, özellikle yaşadığı hayatı seçme hakkı olarak. Çok kabaca, kadınlara bir seçim yapma hakkı verilmesidir.

Bu fikirleri derginizde yansıtıyor musunuz?

Evet, öyle düşünüyorum. Bir düşüneyim. Bence deniyoruz, denemek zorunda bile değiliz. Okuyucularımızın birey olarak hakları olduğunu varsayıyoruz, bu haklara zaten sahipler, ilişkilere giriyorlar, o hakları kullanıyorlar. Kullanmıyorlarsa, onları değişmeleri yolunda yüreklendiriyoruz. Yani kabul edersiniz ki birçok kadın bizim içinde bulunduğumuz ayrıcalıklı konuma sahip değil. Bizim, temizliği yapacak ve çocuklara bakacak bir sevgilimiz olabilir ancak birçok kadının böyle bir imkânı yok. Ve bunu, onları küçük görmeden kendilerine göstermelisiniz. Burada gerçekten kurulması zor bir denge var ama sanıyorum bunu başarıyoruz.

Feminist konuları açıkça ya da alt metinler olarak ele alıyor musunuz?

Sadece feminizmle ilgili ya da bu ülkedeki feminizm hakkında dört sayfalık bir dosya açmayız. Ancak, feminizm ve kadın hakla-

rının metinler içerisinde alttan alta verildiğini söyleyebilirim. Belki de kültürümüzden dolayı İslam ve diğer konulardan bahsetme ihtiyacı hissetmiyoruz. Doğru mu yanlış mı yapıyoruz bilmiyorum ama düzenli olarak feminizm hakkında yazmaya ihtiyacımız olmadığını düşünüyoruz. Feminst düşünceleri bir şekilde ortaya koyduğumuzu düşünüyorum. Bu ülkede feminizm tuhaf, neredeyse kaçınılması gereken bir kelime. 'Ya, demek erkeklerden nefret ediyorsun' demek gibi bir şey. İki yıl önce bir dergi dosya hazırladı ve tüm kadın dergisi editörlerine kendilerini feminist olarak tanımlayıp tanımlamadıklarını sordu ve pek azı kendini feminist olarak tanımladığını söyledi. Çünkü feminizm, tarihi geçmiş, eski moda bir kavram olarak görülüyor. Feminizmin 'erkeklerden nefret etmek' anlamına gelmediğini düşünmüyorum. Kanımca feminizm, *New Woman*'ın sayfalarında açık bir şekilde olmasa da alttan alta okuyucuya sezdirilir. Bizim varolma nedenimiz, kadın yanlısı olmak, kadınları yüceltmek. *Spare Rib* ya da ona benzer bir dergiyi taklit etmeye ihtiyacımız olduğunu düşünmüyorum. İyi birşeyler yapmaya uğraşıyoruz, umarım okuyucularımızın yaşamlarını olumlu yönde değiştirmelerine yardımcı olabiliyoruz. Zaten kadın dergilerinin tek varolma nedeni de budur.

Yaşamlarını olumlu yönde değiştirmeleri için onlara nasıl yardım ediyorsunuz?

Pek çok yönde, örneğin toplumda herhangi birşey oluyorsa kendilerini de etkileyeceğini biliyorlar. Haklarını, duygusallıklarını, işlerini, ilişkilerini, bu tür bütün konuların hepsini bilmeliler.

Dergi için doğru olan bir şeyin kadınlar için de 'doğru' olduğuna nasıl karar veriyorsunuz?

Doğru ya da yanlış yok. Bunların hepsi öznel! Dergi için yaptığımız şeylerin doğru olduğunu ve okuyucunun ne istediğini biliyoruz. Bunu bilmemizin tek yolu, okuyucuların dergiyi satın almaya devam etmesi, Tirajımız 263.000.

Dergi ilk olarak Ağustos 1988'de yayınlandı. Sahibimiz Murdoch. Emin değilim ama o zamanda yayına başlamasının temel nedeninin daha çok medya şirketinin iş planıyla ilgili olduğunu düşünüyorum.

Nasıl bir okuyucu kitlesine hitap ediyorsunuz?

Muhtemelen bir ilişkisi olan, çocuğu olmayan ama ileride çocuk sahibi olmayı düşünebilecek, işi olan, evin dışında da kişisel yaşamları olan 25 – 35 yaş grubundaki kadınlara hitap ediyoruz. Muhtemelen belli bir bilince sahipler ama çok yüksek tahsilli değiller, muhtemelen sizin gibi değiller. Muhtemelen bir ilişkileri var ancak evli değiller. Okuyucularımız arasında siyah kadınlar da var. Bunu aklımızda tutmaya çalışıyoruz. Sanıyorum bazen altkültürleri unutuyoruz ama bunu kesinlikle kasıtlı yapmıyoruz. Bazen dergideki her yüzün beyaz olduğunu fark ediyoruz. Tavsiye edilen her ürün beyaz kadınlar için. Bu bir zaaf. Dergi ilk çıkarıldığı yıllarda siyah kadınlarla ilgili bir politikası var mıydı bilemiyorum. Ben burada çalışmaya başladığımdan beri bu grubu kapsamak gibi bir amaımız var ama ne derece başarılı olabiliyoruz bilemiyorum.

Okuyucu araştırması yapıyor musunuz?

Okuyucu araştırması! Yılda bir kez dergiye bir anket koyarak araştırma yapıyoruz. Ve her iki-üç yılda bir derginin içeriği hakkında derinlemesine araştırma yapıyoruz.

Britanya piyasasında yer alan diğer dergiler içinde kendi derginizi nasıl görüyorsunuz?

Pazarda dördüncü sıradayız. Diyebilirim ki doğrudan *Cosmopolitan* ve *Option* ile rekabet ediyoruz. Zaman zaman aynı konuları işliyoruz ancak biz bu konuları farklı bir biçimde ele alıyoruz. Temel farklılığımız içerikten ziyade derginin tonu, bağlamı ve içinde bulunduğu ortamla ilgili. Kadın karşıtı olduğunu düşündüğümüz herhangi bir şeyi, örneğin bu ay *Cosmopolitan*'da yayınlanan makale gibi bir şeyi asla yapmayız. Makalenin konusu, bir kadının uğradığı tecavüzün hayatını nasıl olumlu yönde değiştirdiğini düşündüğü üzerineydi. Asla böyle bir şey yayınlamayız. Bunun ahlaka aykırı olduğunu düşünürüz. Belki kullandığımız dille ilgili, belki duygusal konulara yaklaşımımızla ilgili. Temelde bizi ilgilendiren kadınların mutluluğu.

Tavrınızı nasıl tanımlıyorsunuz? Hangi açıdan derginizin diğerlerinden farklı olduğunu düşünüyorsunuz?

Bir örnek düşünmeye çalışayım. Söylenebilecek en kolay şey okuyucuyla birebir konuşuruz; ona bir birey, bir kadın olarak

'sen' diyoruz. Okuyucuya konuşmuyoruz, bir diyalog içinde okuyucuyla konuşuyoruz. Dergiyi, okuyucuyla diyalog kurma aracı olarak görüyoruz.

Kişisel Bilgiler

Burada iki yıldır çalışıyorum. Bundan önce altı yıl boyunca gazeteci olarak çalıştım. Ailemin işçi sınıfından geldiğini söyleyebilirim ancak benim hayatım artık kaçınılmaz olarak işçi sınıfı yaşamı değil. Eğer dergiden ayrılırsam gazeteciliğe devam ederdim. 29 yaşındayım, üç yıldır evliyim ve çocuğum yok.

KADINCA

Esra Kazancıbaşı, editör, 20 Mart 1996

Üretim sürecindeki rolünüz nedir?

Derginin yayın politikasından sorumluyum. Ele alacağımız konulara, dergide kullanacağımız fotoğraflara, renklere, sayfa numaralarına ve kampanyalara kadar her şeye ben karar veriyorum. Belli bir konuda uzman görüşü gerekiyorsa ben denetliyorum. Çoğu zaman ekiple gündemi tartıştığımız düzenli toplantılarımız oluyor. Onlar öneri getiriyor, fikir teatisinde bulunuyoruz ancak son kararı ben alıyorum. Yayıncı şirketin son kararı verdiği sadece bir alan var, o da reklam ve promosyon. Promosyon söz konusu olduğunda benim görüşüm de değerlendirmeye alınmalı çünkü ürün, okuyucular için uygun olmalı. Bazen reklamı yapılan ürünlerin dergiye uygun olmadığını (peçete reklamı gibi) ve dergi hakkında kötü ve yanlış bir imaj oluşturacağını biliyorum. Ancak şirketteki ekonomik kriz yüzünden bu tür kararlarda ben etkili olamıyorum. Bu nedenle reklam ve promosyonlara çoğu zaman patron karar veriyor. Çok sık promosyonumuz olmuyor, ben de zaten olmamasını tercih ediyorum.

Söylediğim gibi küçük bir yayınevi tarafından yayınlanıyor dergimiz, zaman zaman ekonomik sorunlar yaşıyoruz. Çoğu başka kadın dergisi gibi arkamızda bir günlük gazete ya da televizyon kanalı yok. Bu promosyon ürünleri açısından bir tercih yapmamızı zorlaştırıyor. Reklam sektörü de buna paralel çalışıyor. Rakiplerimiz olan diğer kadın dergileri daha büyük medya

şirketlerine ait oldukları için, ürünlerin reklamını yapmak için daha fazla şansları oluyor. Sadece dergide değil, televizyon kanallarında ya da günlük gazetelerde de ürün tanıtımı yapabiliyorlar. Bundan dolayı üreticiler, reklam verenler onları tercih ediyor. Dolayısıyla, patronumuz da üreticilerin kendisine tantımının yapılması için sunduğu ürünleri kabul ediyor. Biz Nokta Yayıncılık Şirketinin bir parçasıyız. Interpress yayınevi dergiyi iki yıllığına satın aldı.

Benim asıl görevim, iş arkadaşlarımın yazdıkları makaleleri düzeltmek, onlara başlıklar vermek, fotoğrafları seçmek, kısacası ben derginin yayın planını yapıyorum. Görevim, kadroya alma, haberler, makaleler, başlıklar, ihtiyaç duyulduğunda yeni bölümler, sayfa dizaynı, kapak sayfası gibi konuları içeriyor. Ofiste beş kişiyiz; benden başka iki yardımcı editör, bir fotoğrafçı ve bir muhabir var. Çoğunlukla işi paylaşıyor ve birbirimize yardım ediyoruz. Rollerimiz esnek, sabit değil. Hepimizin gazetecilik altyapısı var. Birlikte tartışıp fikirlerimizi paylaşıyoruz, ancak yayın sürecinde son kararı ben veriyorum.

Derginin yayına hazırlanmasında iç ve dış etkenler nelerdir?

Bazı dış etkenler olabilir. Örneğin aşırı tutucu bir parti iktidara gelirse, politikalarımız değişmek zorunda kalır. Toplumsal ve politik değişimler içeriği etkiler. Örneğin, yakın dönemde Türkiye'de çevre önemli bir toplumsal konu haline geldi. Bu konularda kadınları bilinçlendirmek, duyarlılıklarını geliştirmek için bir çevre bölümü başlattık. Bu, içeriğimizi olumlu yönde etkiledi. Diğer kadın dergilerinden farklı olarak bir de spor bölümümüz var. Bu, kısmen benim ilgi alanımdı, aynı zamanda sporun medyada sadece erkeklerin alanı olarak gösterilmesinden hoşnut değildik. Sporun farklı alanlarında başarılı olan kadınlar çoğunlukla görmezden geliniyordu. Bunun sonucunda bir spor bölümü de açtık. Diğer bir etken de piyasa. Birkaç dergiyle rekabet etmek zorundayız. Rakip dergilerin ne tür konuları içerdiği ya da dışarıda bıraktığını da araştırıyoruz. Böylelikle onların politikaları ve içeriği de dergimiz üzerinde etkili oluyor. Örneğin, pek çok dergide olan ürünlerin sunulduğu ve tanıtıldığı bir alışveriş bölümümüzün olmadığını fark ettik. Bunun üzerine yeni bir bölüm açtık. İç

etken olarak, kâğıt ücretlerinin artmasının içeriği değilse bile sayfa sayısını etkilediğini söyleyebilirim.

Ne tür bir tüketici kitlesine hitap ediyorsunuz?

Orta sınıf, 22 yaşın üstünde kadınlara hitap ediyoruz. Bu kadınlar, bir kadın olarak kadın sorunlarına duyarlı ve aynı zamanda Türkiye'deki kadın hareketinin de bilincindeler. Bazıları bir kadın olarak kimliklerini bulmaya çalışıyor, diğerleri kim oldukları ve ne yaptıklarının bilincinde ancak genel olarak diğer kadınların yüz yüze geldiği sorunlarla ilgileniyor. Örneğin, kadınların iş bulmasında, politikaya katılmasında karşılaştıkları sorunlar gibi. Buna ek olarak, okuyucularımız egzersiz yapan, vücutlarına bakan ve evin dışında çalışan kadınlar. Okuyucuların yaklaşık %35'i iş sahibi, %10'u öğrenci, geri kalanı da ev kadını. Asıl okuyucularımız büyük şehirlerden. Ancak ülkenin farklı kesimlerinden, kadın olmaktan kaynaklanan sorunlarıyla başa çıkmak için yardım arayan bazı kadınların da ilgisini çekiyoruz. Okuyucularımız, Türkiye'deki kadın kimliğini yansıtıyor. *Kadınca*, Avrupa'daki Türkiyeli göçmenlere satıyor. Yazılarımızda Türkiye'deki kadınların ihtiyaçlarını her zaman dikkate alıyoruz. Cinsellikle ilgili konuları işliyoruz. Ancak yapmaya çalıştığımız şey, onlara sadece ne yapmaları gerektiğini söylemek değil, mesela cinsellik ve sağlıkla ilgili belli bazı sorunları olduğunda ne yapabilecekleri ve nereden yardım alabilecekleri konusunda onları bilgilendirmek.

Derginin kadın sorunlarına yaklaşımı nedir?

Öncelikle, kadınlara kendi ayakları üzerinde durmalarını, haklarını bilmelerini, eğitim almalarını, çalışmalarını ve aynı zamanda demokratik, sivil toplum örgütlerinde çalışmalarını, politikada yer almalarını, vs. öneriyoruz. Başka bir deyişle, kadınlara, kendi hakları için mücadele eden, evde kalmayı ve hiçbir şey yapmamayı reddeden bir kimlik sunuyoruz. Kadınlar yaşamlarını ancak böyle kontrol edebilir. Derginin bu yönü, kadınların toplumsal statüsü ve toplumdaki rolü ile ilgilidir. Diğer yönü ise kadınların kişisel yaşamları, duyguları ve hisleriyle ilgilidir. Kendinden, örneğin vücudundan emin, kendiyle barışık ve belki de en önemlisi aşkın çok önemli olduğuna inanan bir kadın imgesi varsayıyoruz.

Kadınlar da erkekler gibi istediklerini yapabilmeliler. Ancak, kadınların sokaklarda erkeklerin davrandığı gibi davranmaya

çalışması gerektiğini söylemiyorum. Kadınlar kamusal alanda ve siyasette aktif bir rol oynayabilmeliler. Yani bizim bakış açımız epey geniş. Kadınlara evlenmeleri ya da sevgilileriyle beraber yaşamaları gerektiğini söylemiyoruz. Sevgilisiyle birlikte yaşamayı ya da evlilik dışı çocuk sahibi olmayı seçen kadınlar varsa, hepsini dergimizde destekliyoruz. Yani kadınların yapmayı seçtiği hiçbir şeyi kötülemiyoruz. Amacımız, haklarının farkında olmalarını sağlamak. Evlilerse ve boşanmak istiyorlarsa, bu sorunlarla başa çıkabilmek için tavsiye ve bilgi veriyoruz.

Türkiye'deki kadınlar için bir rol modeli ya da sabit bir kimlik yaratmıyoruz. Ev kadınları iseler yarı zamanlı bir işe girmeleri için kendilerini yüreklendiriyor ya da çocukları ve eşleri için olduğu kadar toplumsal sorumlulukları hakkında da kendilerini bilinçlendiriyoruz. Toplum, erkek ve kadın dahil her bireyden bazı şeyler bekliyor. Söylediğim gibi bizim bu konulardaki bakış açımız geniş. Önemli olan kadınlara kimliklerini ve güçlü yanlarını keşfetmeleri konusunda yardım etmek ve her koşulda ve her çevrede kendilerini güçlü hissetmelerine yardımcı olmak. Amacımız, kadınları, eğitim almak, bağımsız olmak konusunda cesaretlendirmek ve dahası toplumdaki tüm insanların, bu konuların kadınlar için önemli olduğunun farkına varmasını sağlamak. Öncelikle kadınları bilinçlendirmeyi ve kadın eylemcilere Aile Hukuku'nda erkeklerin lehine olan bazı maddeleri değiştirmelerinde yardım etmeyi amaçlıyoruz. Özellikle de kamusal ve özel konulardaki toplumsal cinsiyet ayrımcılığını ve eşitsizliği aşmanın önünde en büyük engel teşkil eden maddeleri. Kısacası, geniş bir okuyucu yelpazesine sahibiz ve kadınların sahip olabileceği farklı sorunları ve çelişkileri ele alıyoruz. Kendimi, herhangi bir "izm"in içine yerleştirmek istemiyorum.

Feminizmi nasıl tanımlarsınız?

Feminizm hakkında farklı bakış açıları var. Bana göre feminizm, kadınların haklarını kazanma mücadelesidir. Sadece kadınlar değil, erkekler de feminist konulara duyarlı davrandıkları takdirde feminist olabilirler. 1980'lerde radikal feministler, feminizmin muhafazakar kişiler tarafından olumsuz algılanmasına neden olan geleneksel değerlere aşırı derecede karşı çıktılar. Ben bir feministim ancak kendimi sosyalist feminist ya da liberal

feminist olarak adlandırmak istemiyorum. Çünkü her iki grupla da belli şeyler paylaşıyorum. Çünkü her söylemin içinde kendimi özdeşleştirmek ya da tanımlamak istemeyeceğim farklı kişilikler ve farklı görüşler var. Belki de kendi görüşümün liberal feministlere daha yakın olduğunu söyleyebilirim. Farklı "izm"lere değil, kadın haklarına inandığımı söyleyebilirim.

Dergide elbette kendi görüşlerimi yansıtıyorum. Benim feminizm anlayışım dergiyi şekillendiriyor. Radikal politikalarımız yok, dolayısıyla yayınevi sahibinden de herhangi bir baskıyla karşılaşmadık.

Kadın dergilerinin kadınlar için ne işe yaradığını düşünüyorsunuz?

Bazıları, kadınların kimliklerini keşfetmelerine, iç dünyalarıyla ilgili bazı şeyleri görmelerine yardımcı oluyor; cinsel yaşamları, sağlık, bedenle ilgili sorunları, nasıl güzel olunacağı ve bedenlerine nasıl bakacakları gibi. *Cosmopolitan* gibi bazı dergiler, kadınlara film yıldızları kadar güzel olabilme arzusu ve umudu aşılıyor. Ancak, biz dergimizde, güzellik kavramını, arzulanacak bir şey olarak göstermiyoruz, onu görsel bir malzeme olarak kullanıyoruz. Bazı dergiler daha geleneksel; kadınlara, kendileri ve kocaları için günlük hayatlarına heyecan katacak, örneğin kocalarına sürprizler hazırlamak gibi ipuçları veriyor. Bu tür dergiler genelde, mutlulukları başkalarına, örneğin kocalarının ya da çocuklarının mutluluğuna bağlı olan ev kadınlarına hitap ediyor. Bu dergiler iyi satıyor, çünkü Türkiye'deki kadınların çoğu politikadan, iş yaşamından ve spordan dışlanmış durumda ve gazete okuyan kadın sayısı oldukça düşük. Bu kadınların temel sorunları ve kaygıları kendileri, kocaları ve çocukları, ev işleri ya da bedenleriyle ilgili. Neyse ki, kadınların özel yaşamlarıyla dış dünya arasındaki boşluğu doldurmakta önemli rol oynayan *Kadınca* ve *Kim* gibi kadın dergileri de var. Bu dergiler, sadece kadınların kişisel yaşamlarıyla ilgili bilgi sunmuyor, aynı zamanda kadınları, insanın yaşamında ev işlerinden daha fazla şey olduğu konusunda bilinçlendirmeye çalışıyor. Örneğin, aile içi şiddetle ya da cinsel tacizle karşı karşıyaysanız, bunu kaderiniz olarak kabul etmemelisiniz, erkekler gibi siz de insansınız gibi mesajlar veriyoruz. Bunları yaşamak doğal ya da normal değil. Kısacası *Kadınca*, kadın olmaktan kaynaklanan zor koşullarda, karanlıkta yaşa-

yanlar için umut ışığı oluyor. Kadınlara kendileriyle mutlu olmayı, kendilerini sevmeyi ve haklarının bilincinde olmayı öğretiyor.

Kadınca zaman içinde ne yönde değişti?

Dergi 18 yıldır yayınlanıyor. Bu süre içerisinde üç kez idare değişti. Bunların ilki Duygu Asena dönemi, ardından Tülin Kolukısaoğlu dönemi (üç yıl) ve ardından da bizim dönemimiz. *Kadınca*, feminist hareketin ortaya çıkmaya başladığı dönemde yayınlanmaya başlandı. *Kadınca*, hareketin gelişimine çok önemli katkılarda bulundu ve burada tabii ki Duygu Asena'nın rolü yadsınamaz. 1984'e kadar, *Kadınca* daha ziyade geleneksel bir kadın dergisi görünümündeydi. Feminist hareketle beraber yavaş yavaş feminist çizgisini oturttu. Kadronun tamamı feminist eylemcilerden oluşuyordu. *Kadınca*, 1980'lerin başında kadınların ilk defa bir yayın etrafında toplanması ve hakları için egemen ataerkil düzene karşı mücadelelerinde bir araç olması açısından önemliydi. Öncesinde kadınlar, derneklerde ya da vakıflarda küçük gruplar halinde örgütleniyorlardı. O günlerde kadınlar için feminizm erkeklerle eşit olmak anlamına geliyordu. Eşitlik isteği kadınları, sokaklarda gösteriler yapmaya ve erkeklerin kamusal alanına girmeye sevk etti. Ne var ki bu eylemler feminizmle ilgili yanlış bir imaj oluşturdu; toplum feminizmi kadınların da toplumsal alanda erkekler gibi davranabilmesi, örneğin akşamları dışarıda gezmek, barda erkekler gibi içki içmek vesaire anlamına gelen bir hareket olarak algıladı. Bunun ardından yeni bir editoryal ekiple birlikte ikinci dönem başladı, ben de kurulan bu yeni ekibin parçasıydım. Bu dönemde *Kadınca*'nın söylemi değişti ve bir önceki dönemde Asena tarafından oturtulmuş feminist çizgiyi takip etmedi. Politikadan uzaklaştı ve kadın hareketiyle ilgili herhangi bir konuya yer vermekten kaçındı. Duygu Asena ve ekibi ayrılır ayrılmaz derginin tirajı düştü. O dönemde 18.000 civarında satıyordu. Yeni yönetimle beraber satış 9.000'e düştü. Tirajdaki bu çarpıcı düşüşün nedeni *Kadınca*'nın kendisiyle kadın sivil toplum örgütleri ve genel olarak kadın hareketi arasına mesafe koyması oldu. Haber olarak dergide yer alan her şey, derginin önceki yerleşmiş kimliğinden oldukça farklıydı. Bu 1993'lerin ortalarına kadar böyle sürdü. Daha sonra ekibim ve ben dergiyi devraldık.

Biz şu değişiklikleri getirdik: Asena döneminde derginin radikal feminist bir çizgisi vardı. Eğitimsiz kişiler ve anti-feministler tarafından radikal bir dergiymiş gibi algılanıyordu. *Kadınca*'nın bu imajını yumuşatmaya çalıştık. Okuyucuya *Kadınca*'nın erkeklere karşı olduğu veya feministlerin erkeklerden nefret eden kadınlar olduğu gibi izlenimler vermek istemiyorduk. Amacımız, kadın sorunlarına yalnızca kadınların değil erkeklerin de dikkatini çekebilmekti. Çözümleri kadın-erkek birlikte aramalılar. Bu nedenle, ilk kez kapak sayfasında kadın ve erkek görüntüleri kullanmaya başladık. Yaptığımız ilk değişiklik buydu. Daha sonra bir spor sayfası ve çevre sayfası açtık. Aynı zamanda kadın hareketleriyle, kadın sivil toplum örgütleriyle ve kadın haklarıyla ilgili herhangi bir etkinlikle ilgili konuları ele aldığımız pembe sayfaları hazırlamaya başladık. Ülkenin her tarafından haberleri dahil ediyoruz. Cinsellik ve sağlık gibi konular için uzmanlara başvuruyoruz. Yabancı makaleleri Türkçeye tercüme etmek yerine bu konularda Türk kadınlarının ihtiyaçlarına cevap vermeyi tercih ediyoruz. Bu değişimlerin tirajımız üzerinde olumlu etkisi oldu: başlamadan önce 9000 civarında olan satışımız 14000'e çıktı. 1994'de ekonomik kriz yüzünden iki ay dergiyi çıkaramadık. O dönemde birçok dergi iflas etti. Krizin sonucunda satışımız düştü. Bugün *Kadınca* 10.000 civarında satıyor.

Derginin içeriği, editörün bakış açısına olduğu kadar toplumda meydana gelen toplumsal değişimlere de bağlı. Dergiyi devraldığımızda, derginin önceki radikal imajını değiştirmeye çalıştık. Sorunların, demokratik bir şekilde her iki cinsin de katılımıyla çözülmesi gerektiğine inanıyoruz. Erkekleri mücadelemizin dışında tutarak amacımıza ulaşamayız. Bunun yerine eğitimli erkekleri yanımıza almalı, onları kadın sorunları hakkında bilinçlendirmeli ve yardımlarını almalıyız. Zira Meclis'in çoğunluğuna erkekler egemen olduğu için kanunlarda değişiklik yapmak zor. Sonuç olarak, biz kadınlar ve erkekler olarak, sorunlara çözüm üretmek için beraber çalışmalıyız.

Dergide sizin düşüncenize göre 'doğru' olanın doğru olduğunu nereden biliyorsunuz? Örneğin, eşcinsellik ve doğum kontrolünü ele alan yazılara çok fazla rastlanmıyor. Neden?

Eşcinsellik ve lezbiyenlik, dergide ele almamamız gerektiği söylenen yegane konular. Bir kez lezbiyenlik hakkında bir yazı

yayınladık ve patronumuzdan olumsuz tepki aldık. Buna iznimiz yok. Benim kişisel görüşüm Türkiye'de farklı cinsel deneyimleri ve sorunları olan ve yaşadıkları sorunlardan bazıları kadın sorunlarıyla da örtüşebilen insanlar olduğuna göre bu konuları dergiye dahil etmemiz gerektiğidir. Doğum kontrol yöntemleri hakkında zaman zaman bilgi veriyoruz.

Güncel konuları takip ediyoruz ve neleri gündemimize dahil edeceğimize karar veriyoruz. Örneğin, aşırı dinci belediyeler bale okulunu kapattıklarında, bunun hakkında haber yaptık. Ya da 'bir okul müdürü kız öğrencileri bekaret kontrolüne götürüyor' benzeri haberler aldığımızda, kadının toplumdaki statüsü ve kadın cinselliğinin kontrolü ile ilgili olduğu için bu olayı o ayki sayımıza dahil ediyoruz. Bir de düzenli olarak yayınlanan yazılar var. Cinsel yaşam, ilişkiler, ünlülerle röportajlar vb. konularda iki ya da üç yazı düzenli olarak yayınlanıyor. Kendimizi tekrar etmemeye ve aynı zamanda rakiplerimizden farklı olmaya çalışıyoruz. Kapak sayfası çok önemli. Kapak sayfası için uygun konuların olduğu belli dönemler var. Örneğin şimdi yaz yaklaşıyor, bu demektir ki rejim yapma zamanı geldi Bu nedenle Mart ayında kapak sayfamızı diyete ayırdık. Ya da Aralık ve Ocakta astrolojiyi kullanmayı tercih ediyoruz.

Okuyucu anketleri yapmıyoruz. Yıllar önce bir anket yapılmıştı. Ancak bizim için okuyucu mektupları çok önemli. Bir anlamda neyi işleyeceğimizi ve neye yoğunlaşacağımızı belirliyorlar. Örneğin, bir süre okuyucuların özel ilişkileri hakkında kısa mektupların yayınlandığı bir okuyucu sayfamız vardı. Daha sonra okuyucularımızın bununla çok ilgilenmediğini gördük, bu sayfa için giderek daha az sayıda mektup almaya başladık. Daha sonra bu sayfayı kestik. Diğer taraftan, Leyla Alaton'un kadınlar ve iş yaşamı hakkında hazırladığı sayfa ya da astroloji sayfası için çok fazla mektup aldık. Böylece bu sayfaların ve konuların okuyucular için doğru şeyler olduğuna karar verdik ve onları tuttuk. Belli konularda bazı şeyler talep eden okuyuculardan telefon alıyoruz. Taleplerini dikkate alıyoruz ve bir sonraki sayıda o konuda daha ayrıntılı bilgi veriyoruz. Okuyucu anketleri yapmıyoruz ancak okuyucuların tepkileri, derginin içeriğini ve konuları yeniden düzenlememizde yardımcı oluyor.

Kim ve Kadınca arasındaki temel farklılıklar sizce nelerdir?

Kim'in daha ziyade iğneleyici bir söylemi var. Onların bu alanda bizden çok daha fazla deneyimi var. Benim ve ekibimin gazetecilik geçmişimiz var. Belki de onlar kendi deneyimlerinden dolayı bir takım şeylerle dalga geçiyor, erkeklerle alay ediyorlar. Örneğin, 1980'lerde radikaldiler; erkekler, ataerkillik vesaire üstüne ciddi yazılar yazdılar. Ancak şimdi olayları ciddiye almıyormuş gibi görünüyor ve onun yerine onlarla dalga geçiyorlar. Diğer taraftan biz daha fazla araştırma yapmaya çalışıyoruz ve araştırma sonuçlarını, okuyucuların belli bir konudaki bilgilerini arttıracakları ve umuyoruz ki, gündelik yaşamlarında kullanabilecekleri şekilde onlara aktarıyoruz. Okuyucularımızın kim olduğu ve bizden ne bekledikleri konusunda net bir fikrimiz var. *Kim* ise kolayca tanımlanabilecek bir okuyucu kitlesi oluşturmadı, bunun sonucunda *Kim*'in dergi olarak net bir kimliği yok. Bir feminist dergi ve bir genç kız dergisi olmak arasında gidip geliyor. Bunun dışında çok fazla farkımız olduğunu söyleyemem. Önceki radikal söylemleri, bir ölçüde kenara itildi. Bence artık radikal değiller. *Kim*'i feminist bir dergi olarak adlandırıp adlandırmayacağımızdan emin değilim, belki de genç kızlara tuhaf, çarpıcı fikirler sunan bir dergi olarak değerlendirilebilir. Yani bir kimlik sorunları var.

Kişisel Bilgiler

Kadınca'da çalışmaya 1992'de başladım ve 1993'de editör oldum. Buraya gelmeden önce gazeteci olarak çalışıyordum. Derginin hedef kitlesi gibi ben de orta sınıfım. Bir gün buradan ayrılırsam tekrar gazeteci olarak çalışmak isterim. Çünkü haber toplamak açısından daha aktif olmak istiyorum. Günlük ya da haftalık bir gazete olabilir. Gelecekte günlük ya da haftalık bir yayında çalışırsam kadın konuları, sağlık, spor, çevre ve politika gibi konularla ilgilenmek isterim.

Dört yıl önce boşandım. Yedi yıl beraber yaşadık, üç yıl da evli kaldık. Boşandıktan sonra kariyerimde daha hızlı ilerledim. Evliliği tavsiye etmem, ama elbette bu benim deneyimim. Bence bir kadın öncelikle tek başına ayakta durabilmek için bir şeyler yapmalı, daha sonra isterse otuzlu yaşlarda evlenmeli.

KİM

Duygu Asena, Editör – 27 Mart 1996

Editör olarak dergideki rolünüz nedir?

Bildiğiniz gibi *Kim*, *Kadınca*'nın bir uzantısıdır. Ekibim ve ben uzun bir süre *Kadınca*'yı çıkardıktan sonra buraya geldik. Yani on dokuz yıldır bu alanda çalışıyorum. Editör olarak rolüm iş arkadaşlarımın topladığı konuları ve haberleri onaylamak, gerekiyorsa bazı şeyler eklemek ve yeni konular önermek. Editörün görevi olmamasına rağmen basılmadan önce tüm dergiyi okuyorum. Ayrıca yazılara başlık buluyorum, sayfaları tasarlıyorum ve her ay başyazı yazıyorum. Reklamlar dışında her şeyden sorumluyum. Her şey için son sözü ben söylüyorum. Şirketimizde tüm ilanlardan sorumlu bir genel direktörümüz var. Reklamları onlar seçiyor, ancak cinsiyetçi ya da dini değerleri öven malzemeler gibi derginin kimliğine aykırı düşebilecek bir reklam seçerlerse, ben o zaman müdahale ediyorum.

İki derginin editörlüğünü yapıyorum; *Kim* ve diğeri bir kültür ve sanat dergisi olan *Negatif*. Benimle çalışan yardımcı editörler var. Onlar da sanat yönetmeni ve muhabirlerle işbirliği içinde çalışıyorlar. Benim yokluğumda kararları onlar alıyor. Bir de fotoğrafçılar var.

Tüm dergilerden sorumlu olan bir genel direktör var; ana şirketimiz *Milliyet*'in bünyesinde 16 dergi yayınlanıyor. Ancak iç işlerimize müdahale edilmiyor. Eski ve deneyimli bir grubuz. Buraya gelmeye karar verdiğimizde, koşullarımızdan biri derginin politikasına müdahale edilmemesiydi. Bu nedenle dışardan etki söz konusu değil.

Derginin yayın kararlarını ben veriyorum. Ancak ekonomik açıdan şirkete bağlı olduğumuzu belirtmeliyim. Yüklüce bir harcama yapmak gerektiğinde genel direktöre soruyorum. Bu promosyon malzemesini etkiliyor. Genellikle neyin promosyonunu yapacağımızı ben öneriyorum, ama bazen benim önerim ekonomik açıdan şirket için uygun olmuyor ve başka bir şeyin promosyonunu yapmayı tercih ediyorlar.

Nasıl bir okuyucu kitlesine hitap ediyorsunuz?

Kim, yaşamın farklı yönleriyle ilgilenen ve yaşamda aktif rol alan veya almak isteyen kadınlara hitap ediyor. Yani *Kim*'in okuyucusu sinemaya gidiyor, okuyor, çalışıyor veya çalışmak istiyor. Böylece, bir şekilde toplumsal yaşama katılıyor ya da katılmak istiyor. Bu nedenle her zaman güncel politik konuları ve elbette kadın hareketindeki gelişmeleri aktarıyoruz, aynı zamanda güzellik ve sağlık hakkında bilgi sunuyoruz. *Kim*'in okuru genç, kendisi ve yaşamla ilgili bir şeyler öğrenmek isteyen, bazı şeyleri ciddiye alan ve hayatta başarılı olmak isteyen biri. Okurlarımız dergiyi almaya kendileri karar veren orta sınıf kişiler. Paralarını kendileri kazanıyor ve bu anlamda bağımsızlar. Okuyucu profilinin yaşı üniversite öğrencilerinden orta-yaşa kadar değişmesine rağmen, çoğu 20 ile 30 yaş arasında.

Derginin çoğulcu bir söylemi var. Bu açıdan zaman zaman eleştirildiğimiz oluyor. Ancak benim için farklı kitlelere seslenmek, derginin popüler olması ve hakkında konuşulması önemli. Okuyucu kitlemiz çok çeşitli olduğu için farklı bakış açılarından çok çeşitli konuları ele alıyoruz.

Kadın dergileri ne işe yarıyor?

Öncelikli var olma nedenleri tabii ki ticari. Çok kârlı bir iş. Reklamlar sayesinde çok para kazanıyorlar. Yayıncıların, dergileri topluma ya da kadınlara yardım etmek amacıyla yayınladığını düşünmüyorum. Dünyada birçok kadın dergisi var ve iyi kâr elde ediyor. Kadınlar çok iyi bir tüketici grubu olduğu için, yayıncılar reklamlar sayesinde iyi gelir elde ediyorlar. Derginin bu yönü beni ilgilendirmiyor. Kadın dergileri esasında kadınların zaman geçirmesi ve eğlenmesi için çıkarılıyor. Eğlenceli ve kolay okunuyor. Ancak benim için kadın dergilerinin anlamı, kadınlara, kendileri ve içinde yaşadığımız toplum hakkında bir şeyler öğretmek oldu. Amacım, kadınları düşünmeye ve bu egemen ataerkil kültürde karşılaştıkları zorlukları sorgulamaya sevketmek. Hafif ve eğlenceli şeylerin yanı sıra ciddi konulara da yer veriyoruz. Onların her zaman 'aslında bu değil ya da işte bu' diyebilmelerini istiyorum. Ve bunu başardığıma inanıyorum. Buna karşılık dergide aynı zamanda moda ve diğer konuların da yer aldığını söyleyebilirsiniz. Evet, çünkü onlar olmadan dergi satmaz. Zaten gü-

zellik, sağlık, estetik gibi konuların kadınlar için taşıdığı önem inkâr edilemez. Bunlar kadınların yaşamında önemli konular.

Kim neden yayınlanmaya başladı?

Kadınca üç kez el değiştirdi ve ben derginin son sahibiyle iyi anlaşamadım. Bir holding şirketi dergiyi satın aldı ve onlarla aynı dili konuşmuyorduk. İletişim kurmamız imkânsızdı. Bu dergiyi yayınlamak için başka bir şirkete geçmemiz böyle temel bir nedenden kaynaklandı. Tüm ekibim de benimle birlikte buraya geldi.

Kim ve Kadınca arasındaki farklılıklar ve benzerlikler nelerdir?

Aynı kadro şimdi de *Kim*'i çıkardığı için farklılıktan ziyade benzerlikler var. Farklılık *Kim*'in daha genç bir okuyucu kitlesine hitap etmesi. Diğer dergilerden daha cesur olduğunu söyleyebilirim. 1980'lerde üzerinde konuşmanın bile zor olduğu bazı şeyleri geride bıraktık. O dönemde, bazı konuları gündeme getirmek epey zordu. Şimdi daha deneyimliyiz, bu alanda yaptığımız bu işle yaşlanıyoruz. Belki biraz da yumuşuyoruz. 1980'lerde radikal bir söylemimiz vardı. Saldırgan ve cesurduk, yerleşik erkek değerlerine karşıydık. 1980'lerde olduğumuz gibi şimdi de radikal olsak, bu insanları ilgilendirmeyecekti. İnsanlar, radikal hareketimiz süresince gündeme getirdiğimiz konuları zaten öğrendi ve tartıştı. Şimdi daha yumuşak ve eğitici olma eğilimindeyiz.

Bir şekilde, biz toplumu değiştirmeye çalışırken, belki de farkına varmadan dergi de değişiyor. Dergimizde kadınları etkileyen tüm toplumsal değişimleri yansıtmaya çalıştık. Erkekleri esprili bir şekilde ele alan bir bölümümüz var. Önceki yıllara göre söylemimiz yumuşadıkça buna ihtiyaç olduğunu düşündük. Geçmişte bu tür konuları (erkeklerin kadınlara karşı geleneksel davranışlarını) ciddi bir şekilde ele alır ve tartışırdık. Örneğin, erkeklere 'domuzsunuz, nasıl sevişilir, bir kadın nasıl mutlu edilir bilmiyorsunuz' vb. şeyler söylerdik. Şimdi onların bazı şeyleri öğrendiklerini varsayıyoruz ve bu şekilde davranmanın doğru olmadığının farkına vardık. Bu nedenle, olayları esprili bir yaklaşımla ele alıyoruz ve onlara saldırmak yerine onlarla alay ediyoruz. Bu daha ziyade yeni bir söylem ve sanırım genç insanlar bunu seviyor.

Feminizmi nasıl tanımlarsınız?

Feminizm, kadınların haklarını kazanma mücadelesi anlamına gelen bir hareket. Yıllar önce harekete dahil olduğumda kendimi feminist olarak adlandırmıyordum. 'Feminizm' kavramını yirmi beş yıl önce keşfettim, ondan sonra insanlar bana 'feminist' demeye başladılar. Kategorilerle ya da "izm"lerle ilgilenmiyorum. Sözlükte kavramın anlamına baktığınızda, feminizmi 'kadın haklarını ve eşitliğini talep eden bir hareket' olarak tanımlıyor. Bu anlamda ben bir feministim. Ancak bildiğiniz gibi, Türkiye'de feminizm aleyhine propaganda yapıldı. Kadınlar, kendilerini feminist olarak tanımlamakta tereddüt etti. Bunun temel nedeni, feministlerin medyadaki temsil biçimlerinin, halk üzerinde feminizm hakkında olumsuz görüşler yaratmış olmasıydı. Gazetecilerin feministlere karşı bazı önyargıları vardı ve yazıları taraflıydı. Çirkin, antipatik, erkek bulamayan bu yüzden de erkek-karşıtı olan bir feminist portresi çizdiler. Böyle davrandılar, çünkü feministlerin gelip işlerini ve kariyerlerini ellerinden alacaklarını ve bunun da güçlerini kadınlarla paylaşmak anlamına geldiğini düşündüler. Güçlerini kaybetmekten endişe duydular. Kadınların erkeklerden daha üstün oldukları iddiasında bulunduklarını zannettiler. Bu yanlış anlama yüzünden birçok kadın hâlâ 'beni yanlış anlamayın, ben bir feminist değil, kadın hakları destekleyicisiyim'diyor. Bana göre kadın haklarını destekliyorsanız siz bir feministsiniz.

1980'lerdeki radikal hareketle toplumdaki feminizm anlayışı ne ölçüde etkilendi?

Halkın hareketi algılamasında bazı radikal düşünceler ve eylemler elbette etkili oldu. Ancak onların feminizm çizgisi benimkinden ya da *Kadınca*'dan farklıydı. Bu farklılık, *Kadınca* feminist çizgisini oturttuktan sonra daha da netleşti. Onlara karşı değilim, radikal eylemciler, kadınlara kadınların özgürleşmesi için önemli gördükleri konularda yeni bir alan açtı. Örneğin, aile içi şiddete karşı mor iğne kampanyası başlatıldı. İnsanlar, bu eylemcilerin iğneleri kullanacağını düşündü, ama bu sadece bir semboldü. Ardından radikal eylemciler, ev dışındaki yerlerin sadece erkeklere ait olmadığını göstermek amacıyla barlar ve geleneksel Türk lokantaları gibi erkeklerin toplumsal alanlarına girmeye çalıştılar.

Basın, olayları önyargılı bir biçimde yansıttı ve 'kadınlar erkek mekânlarına hücum ediyor' gibi şeyler söylediler. Böylelikle, hareket medyada yanlış tanıtıldı ve toplum tarafından kadınların amacı yanlış anlaşıldı. Ben bu eylemlerde hiç yer almadım.

Ama Kumkapı'daki akşam yemeğinde siz de vardınız.

Evet. Arkadaşlarım ve ben, olayın olduğu gece Kumkapı'da yemek yiyorduk. Kadınların geceleri dışarı çıkmaması yönündeki egemen görüşü protesto etmek istedik. Maalesef başarılı olamadık, çok az sayıda insan gelip bizi destekledi. Tereddüt ettiler, belki de feminist olarak damgalanmak istemiyorlardı. Çünkü bu olayın kurbanı olan kızı savunmak (annesini ve kız kardeşini sarhoş bir adamın cinsel tacizinden korumak için onu bıçakla öldüren kız), kadınları ikincil konuma iten yerleşik aile ve erkek değerlerini reddetmek anlamına geliyordu. Takip eden günlerde eylemimiz haber oldu ve bu konuyu medyada canlı tuttuk.

Son on yıldan bu yana neler değişti. Neden artık 'sokak feminizmi' olarak adlandırılan şeyin etkili bir feminist aktivizm yolu olduğu düşünülmüyor sizce?

Bence 1990'larda olanlar daha gerçekçi. Sokak feminizmi geride bırakıldı, artık feminizm kurumsallaşıyor. Üniversitelerde kadın çalışmaları merkezleri ve programlar kuruldu, İstanbul'da bir kadın kütüphanesi kuruldu. Söylediğim gibi bu tür oluşumlar, ataerkil kurumlar ve normlarla savaşmanın daha etkili bir yolu. İlk aşamanın ardından ikincisinin gelmesi kaçınılmazdı. İtiraf etmeliyim ki, 1980'lerde feminist hareketin ilk dönemine katkıda bulunduğum için çok mutluyum.

1990'larda Türkiye'deki feminizm hakkında ne düşünüyorsunuz?

İnsanlar konu hakkında daha çok bilinçlendi ve hareket yumuşadı. Kadınların olup bitenlerin daha çok farkında ve daha akıllı olduklarını düşünüyorum. Artık erkeklere ve ataerkil düzene saldırmıyorlar, kadınların ikincil konuma itilişiyle nasıl başa çıkacakları konusunda konuşup tartışıyorlar.

Bu bilinç yükseltme sürecine Kadınca nasıl katkıda bulundu?

Biz her zaman, kadınların kendi ayakları üzerinde durabileceği mesajını verdik, devam da edeceğiz. Örneğin, evliliği hayatlarının geri kalanı için bir garanti ya da güvenlik olarak görmemelerini tavsiye ediyoruz. Öncelikle, kendiniz için özgürce ayakta durmanızı sağlayacak bir şeyler yapın, daha sonra –eğer isterseniz- sevdiğiniz biriyle evlenin. Kitaplarımdaki temel mesaj da budur: 'Özgür olun. Aile ve evlilik gibi erkek egemen çevrelerden kaçmak istiyorsanız, bunu yapın'. İlk kitabım çıktığında 'kaçmak' sözü, bazı insanları çok fazla hayal kırıklığına uğrattı. Birçok insan, ailenin toplumun çekirdeğini oluşturan bir kurum olduğu gerçeğini vurgulayarak bu fikre karşı çıktı ve verdiğim mesajı eleştirdi. Kadınların bir insanla birlikte olmak istemediklerinde, istismar edildiklerinde ya da kötü muamele gördüklerinde evliliklerini nasıl devam ettirdiklerini anlamıyorum. İşte bu nedenle, kadınlar kendilerini eğitmeli, çalışmalı ve para kazanmalı. Mutsuzlar ve kocaları ya da babaları tarafından baskı görüyorlarsa, içinde yaşamak istemedikleri çevreyi terk edebilmeliler.

Bu kültürde aile değerleri çok güçlü olduğu ve geleneksel değerleri oluşturduğu için kimse bu değerleri gerçekten eleştirmeye cüret edemiyor. Çünkü bunlar aile yapısına ve dolayısıyla topluma bir tehdit olarak görülüyor. Bu nedenledir ki ilk kitabım sansasyon yarattı. Ama şimdi herkes onun hakkında konuşuyor.

Son on yılda medyada feminist harekete yeterince veya olumlu bir şekilde yer verilmedi. Biraz yalnız bırakıldık. Bu olumsuz koşullara rağmen *Kadınca*, kadınlar için bir bilinç yükseltme kaynağı olarak varolmayı başardı ve 1980'lerin başlarından beri Türkiye'nin siyasal arenasında kadınlar için bir alan açılmasına yardımcı oldu. Ardından benim kitabımla zirveye erişti. İlk baskısı 1987'de yapıldı ve kitabın adı *Kadının Adı Yok* idi. Bu kitap Yunanistan'da yabancı yazarlar arasında hâlâ en çok satan kitap. Çok uzun bir dönem Türkiye'de de en çok satan kitaptı. Şu an 154. baskısı çıktı ki bu Türkiye pazarı için çok alışılmadık bir rakam. Bu da, toplumumuzda kadınların kendilerini toplumsal cinsiyet konularında eğitmeye çok ihtiyaçları olduğunu gösteriyor; hâlâ da var.

Yeni kitabım *Değişen Bir Şey Yok* sadece kitapçılarda değil süpermarketlerde de satıldı. Onu ana şirketimiz *Milliyet* yayınla-

dı. Mümkün olduğunca çok insana erişebilmesi için şirket düşük bir fiyat önerdiğinden maliyeti çok fazla olmadı. İlk iki ayda 160.000 sattı. *Kadınca*'daki yazılarımın bir derlemesi bu kitap.

Dergide feminizmle ilgili görüşlerinizi yansıtıyor musunuz?

Dergide feminizmle ilgili düşüncelerimi, fikirlerimi yansıtmakta tamamen özgürüm. Başlangıçta *Kadınca*'yı çıkarmaya başladığımda dergi için neyin doğru olduğuna karar vermek güçtü. *Kadınca*'nın ilk sayısı yayınlandıktan sonra işe alındım. İçeriğini ve tarzını zaten hazırlamışlardı. Ev kadınlarına yönelik tipik bir kadın ve moda dergisiydi. Dergiye yavaş yavaş feminist konuları sokmaya başladım. Ancak ilk başlarda patronum bu yaklaşımı olumlu karşılamadı. Piyasayla ilgili kaygıları vardı, derginin satmayacağını düşünüyordu. Bana batı dergilerinden örnekler gösterdi ve bir moda dergisinin ve feminist bir derginin ne kadar sattığını açıkladı.

İlk iki sayı, onların düzenlediği haliyle iyi satmadı. Ben kadın hareketiyle ilgili konuları dahil eder etmez derginin tirajı yükseldi. 1980'de bir yıl içinde pazardaki yerimizi almıştık ve iyi satıyorduk. Patron için önemli olan yüksek tiraj elde etmek ve para kazanmak olduğu için yaptığım şeye devam etmeme izin verdi. Bu askeri darbeden önceydi. Darbeden sonra riskli olmaya başladı ve doğru kararı vermek zorlaştı, neyse ki doğru şeyi yaptığımız ortaya çıktı. O istikrarsız siyasal dönem boyunca mücadele ettikten sonra hangi konuları dahil edeceğimize karar vermek ve dergiyi yürütmek kolaylaştı.

Askeri darbe boyunca üç sene ve takip eden senelerde *Kadınca* yüksek tirajını korudu. Bu sorunlu siyasal durum, aslında bizim ideolojimiz leyhine işledi ve derginin başarısını artırdı. Bu dönem tüm toplumu politikadan uzaklaştırırken biz aktif politika yapıyorduk. Kadın hareketi toplumu yavaş yavaş değiştirmeye başlamıştı. Kadın hakları için kadınların eyleme geçmesine izin verdiler, kadınlar sokaklarda yürümeye başladı, kamusal alanda konuşmalar yaptı. Ancak bu politik aktivizm ve kadın haklarıyla ilgili konular hükümet tarafından ciddiye alınmadı. Benim ilk kitabım yayınlanana kadar hükümet, kadın hareketinin eylemcilerine müdahale etmedi. Kitap bir yıl sattıktan sonra hükümet 1988'de kitabı iki seneliğine yasakladı. 'Ahlaki açıdan ve çocuklar

için zararlı' olduğunu iddia ettiler. Yaptıkları açıklamaya göre kitap, 'Türk aile değerlerine karşıydı ve evlilik kurumunu aşağılıyordu'. Kitabı kitapçıların raflarına geri koymak için poşete koymayı ve üstüne 'çocuklar için zararlıdır' yazmayı teklif ettiler. Elbette kabul etmedim. 1990'daki davayı kazandıktan sonra kitap tekrar raflardaki yerini aldı.

Kadın dergisi sektöründeki kariyerime 1979'da *Kadınca* ile başladım. Ondan önce 1972'den 1975'e kadar günlük bir gazetenin eki olan *Kelebek*'te köşe yazarı olarak çalışıyordum. Bir kadın olarak deneyimlerimi yazıyordum. Daha sonra *Kadınca*'da işe girene kadar metin yazarı olarak bir reklam şirketinde çalıştım. Bir gün dergiyi bırakırsam yine bir günlük gazetede köşe yazarı olarak çalışmak isterim. Ve en önemlisi, roman yazmaya devam etmek istiyorum. Başka bir kitap projem var. İşimi her an bırakabilirim çünkü artık bu alanda benim için sürprizlere yer kalmadı. Başka bir deyişle bu iş artık beni heyecanlandırmıyor. Genç kız, yemek, dekorasyon ve en son olarak da bir kültür ve sanat dergisi olmak üzere pek çok farklı dergide editör olarak çalıştım. Sonuncusunu çok seviyorum. Yerimi gençlere bırakıp yazmaya devam etmem gerektiğini hissediyorum. Ancak gerçek şu ki, bu işi yaparak para kazanıyorum.

Feminizme farklı yaklaşımlar var. Kendinizi bu yaklaşımlardan hangisine yakın görüyor veya hangisiyle özdeşleştiriyorsunuz?

Benim fikirlerimin 'eşitlikçi' feminist yaklaşıma daha yakın olduğunu söyleyebilirim. Onların söylemi daha yumuşak.

Ancak toplumdaki imajınız daha çok radikal feminizmle özdeşleştiriliyor.

Olabilir. Ancak ben feminizmi bu dünyadaki en önemli mesele olarak görmüyorum.

'Eşitlikçi feminizm' ile ne kastettiğinizi açıklayabilir misiniz? Birçok insan, örneğin Necla Arat da kendisini böyle tanımlıyor, gördüğüm kadarıyla sizin kavramı anlayışınız Arat'ınkinden farklı.

Kanunlar önünde eşitlik. Türk medeni kanununda ve ceza kanununda çok büyük toplumsal cinsiyet ayrımcılığı var. Bu kanunları değiştirmeyi başardığımızda, aynı zamanda toplumsal yaşamda, cinsellikte, ailede ve genel olarak günlük yaşamda eşitliğe ihtiyaç

duyacağız. Demek istediğim 'eşitlik' kelimesi insanların zihinlerine kazınmalı. Sizin de işaret ettiğiniz gibi benimle, örneğin Necla Arat arasında farklılıklar var. Onlar toplumsal cinsiyet eşitliğini dar bir anlamda savunuyor, eşitliğe egemen ideolojinin ve devlet politikalarının belirlediği normlara uyduğu sürece inanıyorlar.

Kadın sivil toplum örgütleri, özellikle medeni kanunda yapılması gereken değişikliklerle ilgili olarak şu an hükümete çok fazla baskı uyguluyor. Hukuk sisteminde toplumsal cinsiyet ayrımcılığına yol açan tüm değişikliklerin yapıldığını düşünelim. O zaman eşitlik iddianıza ne eklersiniz? Hiçbir şey aniden değişmeyecek, ancak yine de önemli bir adım olacaktır. Örneğin bir kadın boşandığında elinden herşey alınarak kapı dışarı edilmemelidir. Hukuk sistemindeki değişiklikler kadınların toplumsal ilişkilerde ve yaşamın ve tercihlerinin her boyutunda eşitlik talep edebilmelerini sağlayacak. Dahası kadınlara cinsel özgürlük verecektir.

Türkiye'de bu sene feminizmin gündemindeki konular nelerdir?

Bence ilki, medeni kanundaki değişikliklerin yapılması. Birkaç yıl önce aile içi şiddete karşı yapılan imza kampanyasında 100.000 imza toplandı ve bunlar hâlâ mecliste sessizce bekletiliyor. Hükümet hiçbir şekilde harekete geçmedi. Bu kampanya katılım açısından Türkiye'deki kadınların büyük bir başarısı oldu. Diğer bir konu da bekâret testi. Ama ne yazik ki feministler arasında bu konuları ele alacak etkili bir örgüt yok. Bu konuları dergimizde ele alıyoruz. Örneğin, son sayımızda erkeği ailenin reisi olarak belirleyen yasayı eleştiren bir yazı var. Başka bir yazı da kadın sığınma evleriyle ilgili. Aynı zamanda toplumda kadın haklarını görmezden gelen diğer eşitsizliklerle, örneğin emekli olmuş bir kadının çocuklarının onun sosyal güvenlik haklarına sahip olamaması, çocukların sadece babalarının sosyal güvenlik hizmetlerinden yararlanabilmeleri sorunuyla uğraşıyoruz. Bence bu korkunç. Ayrıca toplumsal cinsiyet gözetmeden diğer toplumsal eşitsizlikleri de, örneğin hapishanelerdeki işkenceyi gündeme getiriyoruz. Böyle bir konuyu ele alan tek bir kadın dergisi yok.

'Cadıca' adlı bir bölümünüz var. Bu bölüm neden böyle adlandırıldı?

Kulağa 'kadınca' gibi geliyor. *Kadınca*'dan ayrıldığımızda bir süre ne yapacağımızı bilemedik. 'Cadı' kavramına güzel ve tehditkâr olmayan olumlu bir anlam ve imaj yüklemek istedik. Aynı

zamanda ilgi çekmek için kullanılan bir taktikti. 'Kim' ismini ben önerdim. *Kim*'in kadın kimliğini sorgulayan bir dergi olduğu izlenimini vermek istedim. Reklam kampanyamızda şu sloganı kullandık: "Kim olduğunuzu biliyor musunuz? Siz de bir *Kim*siniz".

Oldukça ironik bir dil kullandığınız özel bir erkek bölümünüz var. Bu bölüme ilişkin herhangi bir olumsuz tepki alıyor musunuz?

Hayır, ancak geçmişte böyle bir bölüm açmış olsaydık olumsuz tepkiler alırdık. Toplum artık bizim espri anlayışımıza alıştı. Artık kızmıyorlar. Genç okuyucuları hedefliyoruz, onlar da böyle komik şeyleri seviyorlar. Geçmişte erkek okuyucumuz yoktu ama şimdi dergimizi erkekler de okuyor.

Okuyuculardan çok fazla sayıda mektup alıyoruz. Bana yazıyor ve iş imkânları ve paranın yanı sıra yaşamlarının farklı yönleriyle ilgili yardım istiyorlar. Para istiyorlar!!!. Bunu belki de benim kişiliğim ve iş ahlakım yüzünden bekliyorlar, kadınlara her anlamda yardım etmeye mecburum. Bunu bu kadar rahatça yapabilmelerine şaşıyorum. Çok yakın bir zamanda bir tanesi bir milyar TL istedi. Benden böyle bir miktar para istemenin normal olduğunu düşünüyor. "Hayatımı kurtaracaksınız, lütfen bu parayı bana verin" diyor. Bir kaç kez bazı kadınlara para verdim.

Kadınlar arasında böyle bir imajınız olması ilginç.

Evet. Bana o kadar inanıyor ve güveniyorlar ki kadınları kurtarmak için 'kadın hakları' uğruna her şeyi yapabileceğimi düşünüyorlar, daha sonra da fatura bir milyara çıkıyor. Bazıları buraya gelir ve kimseye anlatmayacakları sırlarını bana anlatarak özel hayatlarındaki sorunlara çözüm bulmamı istiyor. Bekâret, boşanma ya da zina gibi çok hassas konulardan konuşuyorlar. Onlara bir şey söylemek, öneride bulunmak çok zor, çünkü herhangi bir şey ters giderse suçlanacak olan insan benim. Bazen benim de canım sıkkın oluyor ancak dinlemeye devam ediyorum. İlginç olan şu ki, onlar ayrılırken 'oh şimdi çok rahatladım, kendimi çok daha iyi hissediyorum' diyorlar ancak beni stres içinde bırakıyorlar. Bir psikiyatrist olmak gibi bir şey bu durum. Ben çok ilginç bir gazeteciyim.

Hakkında yazmayacağınız, örneğin doğum kontrol yöntemleri ya da eşcinsellik gibi herhangi bir konu var mı?

Zaman zaman doğum kontrol yöntemleri ve AIDS hakkında yazıyoruz. Son günlerde Türkiye'de AIDS'in giderek büyüyen bir sorun haline geldiğini öğrendim. Bu konularda daha çok yazmayı ve insanların bu hastalık hakkındaki sorunların ve çözümlerin farkına varmasını sağlamayı planlıyoruz. Erkeklerin kullandığı doğum kontrol yöntemleri Türk erkekleri arasında hiç de yaygın değil. Onlara hiçbir şey olmayacağını ya da olamayacağını düşünüyorlar. Birileri erkeklerin kullandığı doğum kontrol yöntemleri üzerine konuşursa bunu bir aşağılama olarak alıyorlar. Bu konuda eğitilmeleri gerek. Birçok genç ve eğitimli erkeğin çalıştığı bir yayınevi şirketinde küçük bir araştırma yaptık ve buradaki erkeklere hayatlarında hiç doğum kontrol yöntemi kullanıp kullanmadıklarını sorduk ve hiçbiri 'evet' demedi. Bence bu çocukça.

1980'lerden beri Türkiye'de kadınların yaşamını hangi toplumsal değişimler etkiledi?

1980'ler hükümetinin liberal ekonomi ve açık pazar politikaları, ülkede daha iyi yönde değişikliklere yol açtı ve insanlara çalışmak için daha fazla imkân yarattı. Son on yıldır, istihdam, ev dışında çalışmak kadınlar için önemli bir konu haline geldi. Kadın akademisyenlerin sayısı arttı. Ayrıca boşanma oranı da arttı. Bence bu olumlu bir gelişme çünkü kadınlar artık istemedikleri evlilik ilişkilerine saplanıp kalmıyorlar. Hukuk sisteminde kadınlar lehine değişiklikler yapıldı. Kadınlar 'hayır' demeyi öğrendiler. Bu gelişmeler, toplumun farklı kesimlerinde kadın sorunları tartışılmaya başladıktan sonra oldu. Bugün kadınlar, önceden sessiz kaldıkları, belki de çekimser oldukları, tereddüt ettikleri ya da korktukları konular hakkında konuşuyor. 1980'lerde kadınlar, toplumsal cinsiyet alanındaki eşitsizliklere tepki göstermeye başladı. Örneğin, 1990'ların başında, bir fahişeye tecavüz eden bir erkeğin cezasının azaltılmasını öngören bir kanun çıkarıldı. Kadın hakları eylemcileri bu konuda hükümete baskı uygulayarak bu yasanın kaldırılmasını sağladı. Kadınların ancak kocaları izin verdiği takdirde çalışabileceğini belirten yasa da kadın hareketinin çabaları sonucunda kaldırıldı.

İstanbul Belediye Başkanı Nurettin Sözen'e kadın sığınma evleri açmasını ve onlara destek vermesini öneren bendim. Ona bunu söylediğimde, böyle bir fikre yabancı olduğunu söyledi, ama bir tane açacağına söz verdi. Sözünü tuttu ve ilk kadın sığınma evinin açılış törenine Sözen tarafından davet edildim. Yıllar içinde kadın hareketi kurumsallaştı.

Kim'in tirajı 15.000 civarında, bu rakam 1980'lerdeki *Kadınca*'nın tirajından az. Ben 1980'lerde *Kadınca*'nın editörüyken derginin tirajı 75.000'e yükselmişti. Ama şu anda bu kadar yüksek tiraja sahip bir dergi yok. Bunun nedeni ekonomik zorluklar ve piyasadaki dergi sayısının fazla olması olabilir.

Analizlere Dahil Edilen Dergiler

Cosmopolitan	**Yıl**	***New Woman***	**Yıl**
Ocak	1995	Şubat	1995
Nisan	1995	Mart	1995
Mayıs	1995	Nisan	1995
Temmuz	1995	Haziran	1995
Ağustos	1995	Temmuz	1995
Eylül	1995	Ağustos	1995
Ekim	1995	Eylül	1995
Kasım	1995	Ekim	1995
Aralık	1995	Kasım	1995
Mart	1996	Aralık	1995
Mayıs	1996	Mayıs	1996
Eylül	1996	Eylül	1996

Kim	**Yıl**	***Kadınca***	**Yıl**
Ocak	1995	Ocak	1995
Şubat	1995	Şubat	1995
Mart	1995	Mart	1995
Nisan	1995	Nisan	1995
Mayıs	1995	Mayıs	1995
Haziran	1995	Haziran	1995
Temmuz	1995	Temmuz	1995
Ağustos	1995	Ağustos	1995
Eylül	1995	Eylül	1995
Kasım	1995	Kasım	1995
Aralık	1995	Aralık	1995

TABLOLAR

Araştırmanın yapıldığı dönemde *Cosmopolitan*'ın Şubat, Mart ve Haziran 1995 sayıları, *New Woman*'ın Ocak ve Mayıs 1995 sayılarına ulaşılamadı. Bu nedenle çalışmaya *Cosmopolitan*'ın Mart, Mayıs ve Eylül 1996 sayıları, *New Woman*'ın ise Mayıs ve Eylül 1996 sayıları dahil edildi.

Tablo 1: Britanya'da 1997 yılında en çok satan kadın dergilerinin fiyatları

Dergi İsimleri	**£**
Prima	1.70
Good Housekeeping	2.20
Cosmopolitan	2.30
Marie Claire	2.30
Essentials	1.70
House Beautiful	1.70
Homes & Ideas	1.70
New Woman	2.10
She	2.10
Elle	2.30
Vogue	2.90
Options	2.00
Woman	1.10
Woman's Own	1.10
Woman's Journal	2.10
More!	1.25
Bella	1.10
Top Sante	1.95
Best	0.99

Tablo 2: Yayın sıklığına göre çıkan kadın dergilerin listesi ve yüzdesi

Yayın	(%) 1994-95
Monthly	58
Weekly	14
Bimonthly	14
Quarterly	10
Others	4

Kaynak: Audit Bureau of Circulations / National Readership Survey / *Key Note*

Tablo 3: Britanya'da en çok satan kadın dergileri (Aylık, iki aylık ve haftalık) Ocak-Haziran 1994

	Dergi Adı	1994
1	Take a Break	1,505,069
2	Bella	991,300
3	Women's Weekly	785,604
4	Woman	769,364
5	Woman's Own	757,569
6	Prima	565,048
7	Best	530,642
8	Good Housekeeping	501,654
9	Candis	487,679
10	People's Friend	480,850
11	Chat	486,233
12	Hello	441,656
13	My Weekly	434,031
14	Woman & Home	417,670
15	Cosmopolitan	417,014
16	Marie Claire	398,019
17	More!	393,707
18	Essentials	376,112

19	Women's Realm	361,549
20	Sainsbury's: The Magazine	325,730
21	House Beautiful	320,396
22	Family Circle	302,902
23	Homes & Ideas	293,551
24	Company	268,022
25	New Woman	258,552
26	She	257,223
27	Ideal Home	245,708
28	Looks	225,470
29	Elle	222,864
30	19	193,987
31	Country Living	187,029
32	Vogue	183,439
33	Homes & Gardens	179,651
34	Slimming	170,768
35	Woman's Journal	166,412
36	Options	160,416
37	Top Sante Health & Beauty	152,269
38	The Next Magazine	152,188
39	House & Garden	151,869
40	Living	142,616
41	Clothes Show Magazine	138,819
42	Weight Watchers Magazine	138,695
43	Maternity & Mothercraft	135,780
44	Practical Parenting	125,412
45	Country Homes & Interiors	120,068
46	Slimmer	114,048
47	Mother & Baby	110,638
48	Perfect Home	101,804
49	The Face	100,804

Kaynak: Audit Bureau of Circulations/Periodical Publishers Association

Tablo 4: Britanya'da en çok satan dergiler arasında ilk 20'de yer alan aylık kadın dergileri, Ocak-Haziran 1994.

Dergi adı	1994
Prima	565,048
Good Housekeeping	501,654
Candis	487,679
Woman & Home	417,670
Cosmopolitan	417,014
Marie Claire	398,019
Essentials	376,112
Sainsbury's: The Magazine	325,730
House Beautiful	320,396
Family Circle	302,902
Homes & Ideas	293,551
Company	268,022
New Woman	258,552
She	257,223
Ideal Home	245,708
Looks	225,470
Elle	222,864
19	193,987
Country Living	187,029
Vogue	183,439

Kaynak: Audit Bureau of Circulations/Periodical Publishers Association

Tablo 5: Türkiye'de en çok satan dergiler arasında ilk 15'te yer alan aylık kadın dergileri

Dergi adı	Satış -1995 (aylık)
Elele	24,485
Cosmopolitan	24,371
Klips	17,292
Form Sante	17,060
Vizyon	7,000
Marie Claire	8,747
Kim	11,618
Kadınca	9,081
Votre Beaute	5,143
She	12,870
Viva	8,393
Hey Girl	18,024
H. Bazaar	6,115
Bella	6,167
Blue Jeans	24,537

(Yukarıdaki rakamlar yayıncı firmalardan elde edilmiştir.)

KAYNAKÇA

Abadan-Unat, Nermin ve Tokgöz, Oya, "Turkish Women as Agents of Social Change in a Pluralist Democracy", içinde *Women and Politics Worldwide*, (der.) Barbara J. Nelson & Najma Chowdhury, (New Haven & Londra: Yale University Press, 1994), s. 706-720.

Abdela, Lesley, "Action Women", *Cosmopolitan*, Ekim, 1993.

Acar, Feride, "Women and Islam in Turkey" içinde *Women in Modern Turkish Society*, (der.) Şirin Tekeli (Londra: Zed, 1995), s. 46-66.

_____, "Women in Academic Science Careers in Turkey", içinde *Women in Science: Token Women or Gender Equality?*, (der.) V. Stolte-Heiskanen *vd.* (New York: Berg, 1991).

Akkent, Meral, "History of the Women's Movement in Turkey". 1-4 Kasım 1991 tarihinde Bonn'da konferansta sunulan bildiri. Konferans kitabı: *The Institutionalization of the Women's Movement: Opportunities and Risks*.

Alcoff, Linda, "Cultural Feminism versus Post-Structuralism: The Identity Crisis in Feminist Theory", *Signs* 13 (3) (1988), s. 405-37.

Althusser, Louis, "Ideology and Ideological State Apparatuses" içinde *Lenin and Philosophy,* (Londra: New Left Books, 1977).

Ang, Ien, "Mannen op zicht. Marges van het vrouwelijk voyeurisme", *Tijdschrift voor Vrouwenstudies,* 4(3), 1983, s.418-35.

_____, *Watching Dallas: Soap Opera and Melodramatic Imagination*, (Londra: Methuen, 1985).

Anthias, Floya ve Yuval-Davis, Nira, "Contextualizing feminism - gender, ethnic and class divisions" içinde *British Feminist Thought*, (der.) Terry Lovell, (Oxford: Basil Blackwell, 1990).

Arat, Yeşim, "Feminism and Islam: Considerations on the Journal *Kadin ve Aile"*, içinde *Women in Modern Turkish Society,* (der.) Şirin Tekeli, (Londra: Zed, 1995), s. 66-78.

"A Feminist Mirror in Turkey: Portraits of Two Activists in the 1980s", *Interdisciplinary Journal of Middle Eastern Studies*, (Güz 1996), vol. 5, s. 113-32.

_____, "Purple Roof Women's Shelter Foundation: Democratic Aspirations in Institution Building", *Bogazici Journal: Review of Social, Economic and Administrative Studies*, Vol. 8, no 1-2, 1984, s. 121-135.

_____, "Women's Movements of the 1980s in Turkey: Radical Outcome of Liberal Kemalism?", içinde *Reconstructing Gender in The Middle East: Tradition, Identity and Power*, (der.) S. Balaghi ve F. Göçek, (New York: Columbia University Press, 1994), s. 100-13.

_____, "Women's Studies in Turkey: From Kemalism to Feminism", *New Perspectives on Turkey*, (Güz 1988), s. 119-135.

Asena, Duygu, *Kadının Adı Yok,* (47. Baskı), (İstanbul: Milliyet Yayın A.Ş., 1994).

Atkinson, Ti-Grace, (alıntı) içinde Maggie Humm, *The Dictionary of Feminist Theory*, (Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf, 1989), s. 149-150.

Baehr, Helen & Gray, Ann (der.), *Turning it On: A Reader in Women & Media*, (Londra: Arnold, 1996).

Ballaster, Ros; Beetham, Margaret; Frazer, Elizabeth ve Hebron, Sandra, *Women's Worlds: Ideology, Femininity and the Women's Magazine,* (Londra: Macmillan, 1991).

Barrett, Michèle, "Words and things: materialism and method in contemporary feminist analysis" içinde *Destabilising Theory: Contemporary Feminist Debates*, (der.) Michele Barrett ve Ann Phillips, (Cambridge, Polity Press, 1992), s. 201-19.

Bassnett, Susan, *Feminist Experiences: The Women's Movement in Four Countries*, (Londra: Allen & Unwin, 1986).

Beauvoir, Simone de, *The Second Sex*, (Harmondsworth: Penguin, 1953).

Bell, Diane ve Klein, Renate, (der.), *Radically Speaking: Feminisms Reclaimed* (Londra: Zed Books, 1996).

Benhabib, Seyla ve Cornell, Drucilla (der.), *Feminism as Critique: Essays in the Politics of Gender in Late Capitalism*, (Oxford: Basil Blackwell, 1987).

Berger, Arthur Asa, *Cultural Criticism: A primer of Key Concepts*, (Londra: Sage, 1995).

Berger, John, *Ways of Seeing.* (Londra: BBC ve Penguin Books, 1972).

Berktay, Fatmagül, "Has Anything Changed in the Outlook of the Turkish Left on Women?" içinde *Women in Modern Turkish Society*, (der.) Şirin Tekeli, (Londra: Zed Books, 1995), s. 250-62.

Berktay, Fatmagül *vd.*, *The Position of Women in Turkey and in the European Union: Achievements, Problems, Prospects.* (İstanbul: KA.DER, 2004).

Billington, Rosamund; Strawbridge, Sheelagh; Greensides, Lenore ve Fitzsimons, Annette, *Culture and Society*, (Londra: Macmillan, 1991).

Bora, Aksu ve Günal, Asena, *90'larda Türkiye'de Feminizm*. (İstanbul: İletişim, 2002)

Bouchier, David, *The Feminist Challenge*, (Londra: Macmillan, 1983).

Brah, Avtar, *Cartographies of Diaspora: Contesting Identities*, (Londra: Routledge, 1996).

Braithwaite, Brian, *Women's Magazines: The First 300 Years*, (Londra: Peter Owen, 1995).

Brooks, Ann, *Postfeminisms: Feminism, Cultural Theory and Cultural Forms*, (Londra: Routledge, 1997).

Brooks, Geraldine, *Nine Parts of Desire: The Hidden World of Islamic Women*, (Londra: Penguin, 1996).

Brunsdon, Charlotte, "Pedagogies of the Feminine: Feminist Teaching and Women's Genres", *Screen*, Vol. 32, 1991, s. 364-82.

Burchill, Julie, *Ambition*, (Londra: Corgi, 1989).

Burniston, Steve; Mort, Frank ve Weedon, Christine, "Psychoanalysis and the Cultural Acquisition of Sexuality and Subjectivity" içinde *Women Take Issue*, Women's Studies Group Centre for Contemporary Cultural Studies, (Londra: Hutchinson & University of Birmingham, 1978), s. 109-132.

Butler, Judith, *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*, (Londra: Routledge, 1990).

Byars, J., *All That Hollywood Allows: Re-reading Gender in 1950s Melodrama*, (Chapell Hill, NC: University of North Carolina Press, 1991).

Çaha, Ömer, *Sivil Kadın: Türkiye'de Sivil Toplum ve Kadın*, (Ankara: Vadi Yayınları, 1996).

Çakır, Serpil, *Osmanlı Kadın Hareketi*, (İstanbul: Metis, 1996).

Carter, April, *The Politics of Women's Rights,* (Londra: Longman, 1988).

Central Statistical Office, *Social Focus on Women*, (Londra: HMSO, 1995).

Çetinkaya, Y., "Modernizm ve Müslüman Kadın", *Kitap Dergisi*, no. 27 (Mayıs 1989), s. 16-20.

Charles, Nickie, "Feminist Practices: Identity, Difference, Power" içinde *Practising Feminism: Identity, Difference, Power*, (der.) Nickie Charles ve Felicia Hghes-Freeland, (Londra: Routledge, 1996), s. 1-37.

Christian-Smith, Linda K., "Romancing the Girl: Adolescent Romance Novels and the Construction of Femininity", içinde *Becoming Feminine: The Politics of Popular Culture* (der.) Leslie G. Roman; Linda K. Christian-Smith, ve Elizabeth Ellsworth, (Basingstoke: Taylor & Francis Ltd, 1988), s. 76-101.

Cixous, Héléne, "Sorties", içinde *The Newly Born Woman*, (der.) Héléne Cixous ve Catherine Clement, (Çev.) Betsy Wing, (Manchester: Manchester University Press, 1987), s. 63-132.

Cohen, S., ve Young, J., *The Manufacture of News,* (Londra: Constable, 1973).

Compton, Rosemary ve Mann, Michael (der.), *Gender and Stratification* (Cambridge: Polity Press, 1986).

Coote, Anna ve Campbell, Bea, *Sweet Freedom*, (Oxford: Basil Blackwell, 1987).

Coppock, Vicki; Haydon, Deena ve Richter, Ingrid, *The Illusions of 'Post-feminism': New Women, Old Myths*, (Londra: Taylor & Francis, 1995).

Cosmopolitan, Ekim, 1993.

Cosmopolitan, Eylül 1995.

Cosmopolitan, Kasım, 1995.

Cosmopolitan, Eylül 1996.

Crosby, Christina, "Dealing with Differences" içinde *Feminists Theorise the Political*, (der.) Judith Butler & Joan W. Scott, (Londra: Routledge, 1992), s. 130-43.

Dahlerup, Drude, *The New Women's Movement: Feminism and Political Power in Europe and the USA,* (Sage: Londra, 1986).

Davaz-Mardin, Aslı, *Kadın Süreli Yayınları Bibliografisi: 1928-1996, Hanımlar Alemi'nden Roza'ya*, (İstanbul: Kadın Eserleri Kütüphanesi & Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, 1998).

_____, "Cumhuriyet dönemi Yeni Harfli Kadın Süreli Yayınları, 1928-1996" içinde *Toplumsal Tarih*, Mart 1998, s. 15-25.

Defter Dergisi, "80'li Yıllarda Türkiye'de Feminizm, Ayşe Düzkan ve Meltem Ahıska ile Söyleşi", Güz 1994, vol. 7, No: 21, s. 145-67.

Doane, Mary Ann, "Film and the masquerade; theorising the female spectator", *Screen*, 23(3-4), 1982, s. 41-58.

Doughan, David, "British Women's Serial" içinde *Victorian periodicals: A Guide to Research*, (der.) Don Vann ve Rosemary T. VanArsdel, (New York: The Modern Language Association of America, 1989), vol. 2, s. 67-73.

Dyer, Richard, "Don't look now", *Screen*, 23(4), 1982, s. 61-74.

Düzkan, Ayşe, "Hareket Nereye?", *Pazartesi*, No: 49, (Nisan 1999), s. 23-4.

_____, "Özgün Feminism" *Pazartesi*, No 30 (Eylül 1997).

E. Smith, Dorothy, "Femininity as Discourse" içinde *Becoming Feminine: The Politics of Popular Culture,* (der.) Leslie G.

Roman; Linda K. Christian-Smith, ve Elizabeth Ellsworth, (Basingstoke: Taylor & Francis Ltd, 1988), s. 37-59.

Easthope, Antony, *What a Man's Gotta Do: The Masculine Myth in Popular Culture*, (Londra: Paladin Books, 1986).

Eisenstein, Hester, *Contemporary Feminist Thought,* (Londra: Allen & Unwin, 1984).

Faludi, Susan, *Backlash: The Undeclared War Against Women*, (Londra: Chatto & Windus, 1992).

Farrell, Amy Erdman, "Feminism in the Mass Media: *Ms. Magazine*, 1972-1989", yayınlanmamış Doktora Tezi, Faculty of the Graduate School of the University of Minnesota, USA, 1991.

Feminist Review, "The Past Before Us: Twenty Years of Feminism", no. 31 (1989), s. 3-4.

Ferguson, Marjorie, *Forever Feminine: Women's Magazines and the Cult of Feminine*, (Londra: Heinemann, 1983).

Fiske, John ve Hartley, John, *Reading Television,* (Londra: Methuen, 1978).

Fiske, John, *Understanding Popular Culture*, (Boston: Unwin, 1989).

Foucault, Michel, "Nietzsche, Geneology, History" içinde *Language, Counter-Memory, Practice: Selected Essays and Interviews by Michel Foucault*, (der.) D. F. Bouchard, (Çev.) D. F. Bouchard ve S. Simon, (Ithaca: Cornell University Press, 1977).

_____, *The Archaeology of Knowledge*. (Çev.) Sheridan Smith, (Londra: Tavistock, 1972).

Freely, Maureen, *New Woman*, Kasım 1995.

Friedan, Betty, *The Feminine Mystique,* (Londra: Penguin, 1963).

Geraghty, Christine, "A Woman's Space" içinde *Turning it On: A Reader in Woman and Media*, (der.) H. Baehr & A. Gray, (Londra: Arnold, 1996).

Goldman, Robert, *Reading Ads Socially*, (Londra: Routledge, 1992).

Göle, Nilüfer, "The Gendered Nature of the Public Sphere", *Public Culture*, no. 10 (1), 1997, s. 61-81.

_____, *Modern Mahrem: Medeniyet ve Örtünme*, (İstanbul: Metis, 1993).

Greer, Germaine, *The Female Eunuch,* (Londra: MacGibbon & Kee, 1970).

Grosz, Elizabeth, "Contemporary Theories of Power and Subjectivity", içinde *Feminist Knowledge: Critique and Construct*, (der.) S. Gnew, (Londra: Routledge, 1990).

Grünell, Marianne ve Voeten, Anneke, "State of the Art Feminism in Plural: Women's Studies in Turkey", *European Journal of Women's Studies*, vol. 4, 1997, s. 219-233.

Hall, Stuart and Jefferson, Tony (der.), *Resistance Through Rituals; Youth Subcultures in Post-war Britain*, (Londra: Hutchinson, 1976).

Hall, Stuart, "Notes on Deconstructing the Popular", içinde *People's History and Socialist Theory* (der.) R. Samuel, (Londra: Routledge ve Kegan Paul), s. 227-41.

Harrison, R., "'Shirley': Relations of reproduction and the ideology of romance", içinde CCCS Women's Studies Group, *Women Take Issue,* (Londra: Hutchinson, 1978), s. 176-95.

Hart, Susan, "Zero Tolerance of Violence Against Women", içinde *Desperately Seeking Sisterhood*, (der.) Magdalene Ang-Lygate, Chris Corrin, ve Millsom S. Henry, (Londra: Taylor & Francis, 1997).

Hermes, Joke, *Reading Women's Magazines*, (Oxford: Polity and Blackwell, 1995).

Hobson, Dorothy, "Housewives and the Mass Media", içinde *Culture, Media, Language,* (der.) Stuart Hall *vd.,* (Londra: Hutchinson, 1980), s. 105-114.

_____, *Crossroads,* (Londra: Methuen, 1982).

Hoggart, Richard, *The Uses of Literacy*, (Harmondsworth: Penguin, 1957).

hooks, bell, *Feminist Theory: From Margin to Center*, (Boston: South End Press, 1984).

_____, *Outlaw Culture: Resisting Representations*. (New York, Routledge, 1994).

_____, *Yearning: Race, Gender and Cultural Politics*, (Boston: South End Press, 1990).

Humm, Maggie (der.), *Feminisms: A Reader*, (Hertfordshire: Harvester Wheatsheaf, 1992).

_____, *The Dictionary of Feminist Theory*, (Second Edition) (Londra: Harvester Wheatsheaf, 1995).

Irigaray, Luce, *This Sex Which is Not One*, (Çev.) C. Porter ve C. Burke, (New York: Cornell University Press, 1985).

Johnson, Sammye, "Magazines: Women's Employment and Status in the Magazine Industry", içinde *Women in Mass Communication* (İkinci Baskı) (der.) Pamela J. Creedon, (Kaliforniya: Sage, 1993), s. 134-153.

Jones, B., "The end of the affair", *Working papers in Cultural Studies*, 3, s. 89-101.

Kadın Kimliği, Mart, 1995.

Kandiyoti, Deniz, "Contemporary Feminist Scholarship and Middle East Studies" icinde *Gendering the Middle East*, (der.) Deniz Kandiyoti, (Londra: I. B. Tauris, 1996).

_____, "Emancipated but Unliberated? Reflections on the Turkish Case", *Feminist Studies*, vol. 3, no. 2 (Yaz 1987), s. 317-38.

_____, "End of Empire: Islam, Nationalism and Women in Turkey", içinde *Women, Islam and the State,* (der.) Deniz Kandiyoti, (Londra: Macmillan, 1991), s. 22-47.

_____, "Patterns of Patriarchy: Notes for an Analysis of Male Dominance in Turkish Society" içinde *Women in Modem Turkish Society*, (der.) Şirin Tekeli (Londra: Zed Books, 1995), s. 306-318.

_____, "Women and the Turkish State: Political Actors or Symbolic Pawns?", içinde *Women-Nation-State*, (der.) F. Anthias ve N. Yuval-Davis, (Basingstoke: Macmillan, 1989), s. 126-150.

Kellner, Douglas, "Cultural Studies, Multiculturalism and Media Culture" içinde *Gender, Race and Class in Media,* (der.) Gail Dines & Jean M. Humez, (Kaliforniya: Sage, 1995), s. 5-17.

Key Note Report, 1991-1996.

Kristeva, Julia, "Women's Time" içinde *The Kristeva Reader,* (der.) Toril Moi, (Londra: Basil Blackwell, 1986), s. 188-213.

Kural, Sevda Alankuş, "Alternatif Kurumlar/Gruplar ve İslamcı Kadın Kimliği", *Toplum ve Bilim*, (Güz 1997), No: 72, s. 5-44.

Kurter, Aysel *vd.*, "'Kadınlara Rağmen Kadınlar İçin' Tavrına Bir Eleştiri", *Kaktüs*, no. 4 (Eylül 1988), s. 25-27.

Lauretis, Teresa de, "Feminist Studies/Critical Studies: Issues Terms and Contexts", içinde *Feminist Studies / Critical Studies*, (der.) Teresa de Lauretis (Bloomington: Indiana University Press, 1986).

_____, "Upping the anti(sic) in feminist theory" içinde *The Cultural Studies Reader,* (der.) Simon During, (Londra: Routledge, 1993), s. 74-89.

_____, *Alice Doesn't,* (Bloomington: Indiana University Press, 1984).

Lee, Janet, "Care to Join me in an Upwardly Mobile Tango", içinde *The Female Gaze: Women as Viewers of Popular Culture*, (der.) Lorraine Gamman ve Margaret Marshment, (Londra: The Women's Press, 1988), s. 166-72.

Leonard, Diana, "Publication Strategies Involvement in and Through Scientific Media", içinde *F.A.M. Proceedings of the International Conference "Involvement and Identity, Women and the Women's Movement in Science and Politics",* Münih, 10-14 Eylül, 1986, s. 24-47.

Letherby, G., "Mother or Not, Mother or What? Problems of Definition and Identity", *Women's Studies International Forum*, 1994, 17 (5), s. 525-32.

Lewis, Bernard, *The Emergence of Modern Turkey*, (İkinci Baskı), (New York: Oxford University Press, 1968).

Lewis, Lisa A., *Gender Politics and MTV: Voicing the Difference*, (Fhiladelphia: Temple University Press, 1990).

Lewis, Reina, "Looking Good: The Lesbian Gaze and Fashion Imagery", *Feminist Review*, No: 55, (Bahar 1997), s. 92-109.

Lienert, Tania, "On Who is Calling Radical Feminists 'Cultural Feminists' and Other Historical Sleights of Hand", içinde *Radically Speaking: Feminism Reclaimed*, (der.) Diane Bell & Renate Klein, (Londra: Zed Books, 1996), s. 155-168.

Lovenduski, Joni ve Randall, Vicky, *Contemporary Feminist Politics*, (Oxford: Oxford University Press, 1993).

Macdonald, Myra, *Representing Women: Myths of Femininity in the Popular Media*, (Londra: Edward Arnold, 1995).

Margaret, Heide, *Television Culture and Women's Lives: Thirtysomething and the Contradictions of Gender*, (Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1995).

Marshall, Barbara L., *Engendering Modernity: Feminism, Social Theory and Social Change*, (Oxford: Polity Press, 1994).

McCracken, Ellen, *Decoding Women's Magazines: From* Mademoiselle *to* Ms., (Londra: Macmillan, 1993).

McRobbie, Angel, "*More*!: New Sexualities in Girls' and Women's Magazines", içinde *Cultural Studies and Communication*, (der.) James Curran *vd*. (Londra: Arnold, 1996), s. 172-194.

_____, "*More!:* New Sexualities in Girls' and Women's Magazines" içinde *Back to Reality: Social Experience and Cultural Studies* (der.) Angela McRobbie, (Manchester: Manchester University Press, 1997), s. 190-209.

_____, '*Jackie* Magazine: Romantic Individualism and the Teenage Girl' içinde *Feminism and Youth Culture: From Jackie to Just Seventeen*, (Londra: Macmillan, 1991), s. 81-133.

_____, "*Jackie*: An Ideology of Adolescent Femininity" içinde *Popular Culture: Past and Present*, (der.) B. Waites; T. Bennet ve G. Martin, (Londra: OUP ve Routledge, 1993), s. 263-83.

_____, "Settling Accounts with Subcultures", *Screen Education* (1980), 34, s. 37-49.

_____, *Jackie: An Ideology of Adolescent Femininity*, (Birmingham: The Centre for Contemporary Cultural Studies, 1978).

_____, *Postmodernism and Popular Culture*, (Londra: Routledge, 1996).

Metz, Christian, *The Imaginary Signifier*, (Bloomington: Indiana University Press, 1982).

Miles, Angela, *Integrative Feminisms: Building Global Visions, 1960s-1990s*, (Londra: Routledge, 1996).

Millett, Kate, *Sexual Politics*, (Londra: Abacus/Sphere, 1972).

Mitchell, Juliet ve Oakley, Ann, *The Rights and Wrongs of Women,* (Harmondsworth: Penguin, 1976).

Mitchell, Juliet, *Psychoanalysis and Feminism*, (Harmondsworth: Pelican, 1976).

_____, *Woman's Estate*, (Harmondsworth: Penguin, 1971).

Modleski, Tania, "Femininity as Mas(s)querade: A feminist approach to mass culture", içinde *High Theory/Low Culture: Analysing Popular Television and Film*, (der.) C. MacCabe, (Manchester: Manchester University Press, 1986), s. 37-52.

_____, *Loving with a Vengeance: Mass-Produced Fantasies for Women*, (New York: Methuen, 1984).

_____, *Feminism Without Women: Culture and Criticism in a 'Postfeminist' Age*, (Londra: Routledge, 1991).

Moghadam, Valentine M., *Modernizing Women: Gender and Social Change in the Middle East*, (Londra: Lynne Bienner Publication, 1993).

Mohanty, Chandra, "Under Western Eyes: Feminist Scholarship and Colonial Discourses", *Feminist Review*, no. 30 (Bahar 1988), s. 61-88.

Moi, Toril, "Feminism and Postmodernism: Recent Feminist Criticism in the United States", içinde *British Feminist Thought: A Reader*, (der.) Terry Lovell (Oxford: Blackwell, 1990).

Mulvey, Laura, "Visual Pleasure and Narrative Cinema", *Screen*, vol. 16, no. 3, (Bahar 1975), s. 6-18.

Neustatter, Angela, *Hyenas in Petticoats: A Look at Twenty Years of Feminism*, (Londra: Penguin, 1990).

Newman, Janet, "Enterprising Women: Images of Success" içinde *Off-Centre: Feminism and Cultural Studies*, (der.) Sarah Franklin, Celia Lury ve Jackie Stacey, (Londra: HarperCollinsAcademic, 1991), s. 241-59.

O'Connor, Joseph, "Out of their depth: Why do men feel so insecure?", *Cosmopolitan*, Ekim 1995, s. 16-17.

O'Sullivan, Tim *vd., Key Concepts in Communication and Cultural Studies*, (İkici Baskı), (Londra: Routledge, 1995).

Oakley, Ann ve Mitchell, Juliet (der.), *Who's Afraid of Feminism*, (Londra: Penguin Books, 1997).

Okin, Susan, *Women in Western Political Thought*, (Londra: Virago, 1980).

Pateman, Carol, *The Sexual Contract*, (Cambridge: Polity Press, 1988).

Perkins, Tessa E., "Rethinking Stereotypes" içinde *Turning It On* (der.) Helen Baehr ve Ann Gray, (Londra: Arnold, 1996), s. 21-23.

Poovey, Mary, "Feminism and Deconstruction", *Feminist Studies*, no. 14, 1 (Güz 1988).

Radikal, 31 Ağustos 1998.

Radway, Janice, *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature* (Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1984).

Ramazanoglu, Caroline, *Feminism and the Contradictions of Oppression*, (Londra: Routledge, 1989).

Randall, Vicky, *Women and Politics*, (Basingstoke: Macmillan Education, 1987).

Reinharz, Shulamith, "Experiential analysis: a contribution to feminist research", içinde *Theories of Women's Studies*, (der.) G Bowles ve D. Klein, (Londra: Routledge and Kegan Paul, 1983).

Roman, Leslie G.; Christian-Smith, Linda K, ve Ellsworth, Elizabeth (der.), *Becoming Feminine: The Politics of Popular Culture*, (Basingstoke: Taylor & Francis Ltd, 1988).

Rowbotham, S.; Segal, L., ve Wainwright, H., *Beyond the Fragments: Feminism and the Making of Socialism*, (Londra: Martin Press, 1979).

Rowbotham, Sheila, *Woman's Consciousness Man's World*, (Londra: Penguin Books, 1987).

_____, *Women in Movement*, (Londra: Routledge, 1992).

Saktanber, Ayşe, "Becoming the 'Other' as a Muslim in Turkey: Turkish Women vs. Islamist Women", *New Perspectives on Turkey*, (Güz 1994), 11, s. 99-134.

_____, "Women in the Media in Turkey: The Free, Available Woman or the Good Wife and Selfless Mother?" içinde *Women in Modern Turkish Society*, (der.) Şirin Tekeli, (Londra: Zed Books, 1995), s. 153-69.

Segal, Lynne, "Generations of Feminism", *Radical Philosophy*, no. 83 (Mayıs - Haziran 1997), s. 6-16.

Sheridan, Susan, "Reading the Women's Weekly: Feminism, Femininity and Popular Culture" içinde *Transitions: Australian*

Feminisms, (der.) Barbara Caine ve Rosemary Pringle, (Avusturalya: Allen & Unwin, 1995), s. 88-101.

Shiach, Morag, "Feminism and Popular Culture" içinde *Cultural Theory and Popular Culture: A Reader*, (der.) John Storey, (Londra: Harvester Wheatsheaf, 1994), s. 331-339.

Sirman, Nükhet, "Feminism in Turkey: A Short History", *New Perspectives on Turkey*, Güz 1989, 3(1), s. 1-34.

Smith, Harold L., *British Feminism in the Twentieth Century*, (Londra: Edward Elgar, 1990).

Spelman, Elizabeth, *Inessential Woman: Problems of Exclusion in Feminist Thought*, (Boston: Beacon, 1988).

Stabile, Carol A., "Postmodernism, Feminism and Marx: Notes From the Abyss", *Monthly Review: An Independent Socialist Magazine*, (Temmuz-Ağustos, 1995). CD-Rom Social Science Source.

Stacey, Judith ve Thorne, Barrie, "The Missing Feminist Revolution in Sociology", *Social Problems*, vol. 32, (1985), s. 301-16.

Stacey, Judith, "Can there be a feminist ethnography?", *Women's Studies International Forum*, vol. 11, no. 1, (1988), s. 21-7.

_____, "Sexism by a subtler name?", *Socialist Review*, Vol. 96 (Eylül-Ekim: 1987), s. 7-28.

Steiner, Linda, "Would the Real Women's Magazines Please Stand-up...For Women" içinde *Women and Media: Content/Careers/Criticism*, (der.) Cynthia M. Lont, (Kaliforniya: Wadsworth Publication, 1995), s. 100-108.

Stuart, Andrea, "Feminism: Dead or Alive", içinde *Identity: Community, Culture, Difference*, (der.) Jonathan Rutherford, (Londra: Lawrence & Wishart, 1990).

Sunar, İlkay ve Toprak, Binnaz, "Islam in Politics: The Case of Turkey" içinde *Government and Opposition*, (No: 18, 1983), s. 421-441.

Tekeli, Şirin "Introduction: Women in Turkey in the 1980s" içinde *Women in Modern Turkish Society*, (der.) Şirin Tekeli, (Londra: Zed Books, 1995), s. 1-21.

_____, "80'lerde Türkiye'de Kadınların Kurtuluşu Hareketinin Gelişimi", *Birikim*, No 3, Temmuz 1989, s. 38-9.

_____, "Emergence of the New Feminist Movements in Turkey", içinde *The New Women's Movements*, (der.) D. Dahlerup, (Londra: Sage, 1986), s. 179-99.

_____, "Europe, European Feminism and Women in Turkey" *Women's Studies International Forum*, 1992, 15(1). s 139-143.

_____, *Kadınlar İçin*, (İstanbul: Alan Yayıncılık, 1988).

The Guardian, 9 Eylül, 1996.

Thompson, E. P., *The Making of the English Working Class*, (Londra: Gollancz, 1963).

Tinker, Irene, (der.), *Persistent Inequalities: Women and World Development* (New York: Oxford University Press, 1990).

Toprak, Binnaz, "1935 İstanbul Uluslararası 'Feminizm Kongresi' ve 'Barış'", *Düşün*, (Mart 1986), s. 24-9.

_____, "Women and Fundamentalism: The Case of Turkey", içinde *Identity Politics and Women*, (der.) Valentine M. Moghadom, (Colorado & Oxford: Westview, 1994).

Toska, Zehra; Çakır, Serpil; Gençtürk, Tülay; Yılmaz, Sevim; Kurç, Selmin; Art, Gökçen; ve Demirdirek, Aynur, (hazırlayanlar), *İstanbul Kütüphanelerindeki Eski Harfli Türkçe Kadın Dergileri Bibliyografyası*, (İstanbul: Metis Yayınları, 1993).

Tuchman, Gaye (der.), *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*, (New York: Oxford University Press, 1978).

Tunçay, Mete, *Türkiye Cumhuriyeti'nde Tek Parti Yönetiminin Kurulması*, 1923-1931, (Ankara: Yurt Yayınları, 1981).

Uçan, Sevgi, "Sanayi Sonrası Toplumda Sosyal Demokrasi: 'Yeni' Britanya İşçi Partisi ve 'Üçüncü Yol'". Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2002.

Uçan Çubukçu, Sevgi "Post-1980 Women's Movement in Turkey: A Challenge to Patriarchy", içinde *The Position of Women in Turkey and in the European Union: Achievements, Problems, Prospects*, Fatmagül Berktay *vd.*, (İstanbul: KA.DER Yayınları, 2004).

Van Poznak, Elissa, *The Guardian*, 24.3.1993.

Walby, Sylvia, *Gender Transformations*, (Londra: Routledge, 1997).

_____, *Theorising Patriarchy*, (Oxford: Blackwell, 1990).

Walters, Suzanna, *Material Girls: Making Sense of Feminist Cultural Theory*, (Londra: University of California Press, 1995).

Watson, Peggy, "(Anti)feminism after Communism" içinde *Who's Afraid of Feminism* (der.) Ann Oakley ve Juliet Mitchell, (Londra: Penguin, 1997), s. 144-61.

Weedon, Chris, *Feminism, Theory and the Politics of Difference*, (Oxford: Blackwell, 1999).

_____, *Feminist Practice and Poststructuralist Theory*, (Oxford: Blackwell, 1987).

West, Rebecca, "Feminist Activism: Continuity and Change" içinde *Women Power and Resistance: An Introduction to*

Women's Studies, (der.) Tess Cosslett, Alison Easton ve Penny Summerfield, (Buckingham: Open University, 1996).

Whelehan, Imelda, *Modern Feminist Thought,* (Edinburgh: Edinburgh University, 1995).

White, Cynthia L., *The Women's Periodicals in Britain 1946-76*, (Londra: Her Majesty's Stationary Office, 1977).

_____, *Women's Magazines 1693-1968*, (Londra: Michael Joseph, 1970).

Wolf, Naomi, *Fire with Fire: The New Female Power and How It will Change the 21st Century*, (Londra: Chatto and Windus, 1993).

Williams, Raymond, *Culture and Society 1780-1950,* (Harmondsworth: Penguin, 1958).

Winship, Janice, "A Woman's World: *Woman* an ideology of Femininity" içinde *Women Take Issue* (Londra: Hutchinson and Birmingham CCCS Women's Studies Group, 1978), s. 133-154.

"Femininity and Women's Magazines" içinde *The Changing Experience of Women*, Unit 6, Open University, U221 Unit 5-6, (1983).

_____, *Inside Women's Magazines*, (Londra: Pandora, 1987).

Young, Kate; Wolkowitz, Carol, ve McCullagh, Rosslyn (der.), *Of Marriage and the Market: Women's Subordination in International Perspective*, (Londra: CSE Books, 1981).

Young, Shelagh, "Feminism and Politics of Power" içinde *The Female Gaze*, (der.) Lorraine Gamman ve Margaret Marshment, (Londra: The Women's Press, 1988), s. 173-188.

Yöney, Sevgi, 'Turkish Feminist Movement in the 1980s: A Study on Two Feminist Journals: Kaktüs and Feminist'. Yayınlanmamış Master Tezi, Boğaziçi Üniversitesi, 1995.

Yüksel, Şahika, "A Comparison of Violent and Non-violent Families", içinde *Women in Modern Turkish Society*, (der.) Şirin Tekeli, (Londra: Zed, 1995), s. 275-287.

Zoonen, Liesbet van, *Feminist Media Studies*, (Londra: Sage, 1994).

19 (Ondokuz), 254
Abdela, L. 104, 237
Acar, F. 107, 108, 111, 116[n]
Adorno, T. 26[n]
Afrika 65
AK Parti 108
Akkent, M. 138
Alaton, L. 197, 267
Althusser , L. 27
Amica 140
ANAP 87
Ang, I. 186
Arat, N. 220, 223, 276, 277
Arat, Y. 27, 101, 102, 113, 119
Asena, D. 7, 34, 40, 40[n], 100[n], 147, 148, 149, 150, 157, 159, 167, 168, 170[n], 191[n],195, 195[n],214, 215, 218, 244, 244[n], 265, 266, 269, 289
Asya 65
Atlantic City 51
Avrupa Topluluğu 57
Aydınlık 110[n]

Baehr, H. 22
Baker, S. 148, 149, 209, 234
bakma – bakış (gaze) 182
Ballaster, R. 29, 121, 192, 203
Barrett, M. 69
Baykal, A. 219, 220
BBC Good Health 131
Beauvoir de S. 51
bell hooks 73, 74, 239
Berger, J. 184, 185
Berktay, İ. 88[n], 91
Biba 140
Bill, C. 96
Bizim Aile 111
Bora, A. 100
Bozkurt, Ö. 221
Brah, A. 70
Braithwaite, B., 125, 126, 129, 136, 152, 155
Brixton 65
Brooks, A. 33, 48, 73
Brooks, G. 99
Butler, J. 72
Büyük Londra Konseyi Kadın Komite ve Ünitesi 55
Byars, J. 185

cadıca-cadı 158, 215, 216, 217, 218, 219, 223, 277
CEDAW 93, 94, 98, 194
Cinsel Tacize Hayır 96
Cixous, H. 67, 68
Company 129, 135
Coppock, V. 56, 63, 208, 209, 225
Cosmopolitan 16, 30, 37[n], 38, 40, 41, 49, 58, 59, 121, 122, 128, 129, 131, 133, 135, 136, 140, 144, 145, 146, 148, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 162, 164, 165, 166, 169, 171, 175, 176, 178, 179, 182, 184, 188, 189, 195, 196, 197, 201, 202, 204, 205, 206, 208, 209, 210, 211, 213, 227, 230, 238, 239, 248, 251, 253, 254, 255, 259, 264, 281, 282, 283, 288, 291, 296
Cumhuriyet 92, 93

Çaha, Ö. 172
Çakır, S. 138
Çiller, T. 99, 107[n], 198, 221, 222
Çubukçu, S. Uçan 88

d'Argy Smith, M. 58, 59, 153
Dahlerup, D. 46
Davaz, Mardin A. 142
Dayağa Karşı Dayanışma 94

De Lauretis, T. 65, 69
Deleuze, G. 70
Denktaş, R. 223
Derrida, J. 70, 71
Devlet feminizmi 81, 82, 97[n], 220
Doane, M.A. 183
Dolaşan Mavi Çorap 142
Doughan, D. 123
Düzkan, A. 74, 75, 93, 95, 96, 115, 116, 117, 220
Dyer, R. 185, 186
DYP 107[n]

Echols, A. 179
Einsenstein, H. 64
Eksik Etek 141
Elele 140
Elite 143
Elle 122, 129, 130, 134, 233
Erbakan, N. 107[n]
Etnografik araştırma 30, 247
Every Woman 136, 137

Faludi, S. 136
Fame 144
Farrel, A.E. 213
Feminist 89, 141,142
Feminist epistemoloji 70
Feminist Review 60, 136
Ferguson, M. 37, 122, 128
Fiske, J. 230
For Woman 131
Foucault, M., 17[n], 48, 70, 72, 108
Freely, M. 210
Freud, S. 67, 183, 186

Germaine Greer 26
Goldman, R. 49, 205
Good Housekeeping 124, 129, 135
Gramsci, A. 206
Gray, A. 22
Greer, G. 51, 59, 211
Grosz, E. 71

Göle, Nilüfer 35, 84, 106[n], 107, 109
Günal, A. 100
Güzin Abla 252

H. Bazaar 144
Hanımlara Mahsus Gazete 137
Harper's 130, 135
Hatemi, H. 218, 219
Hatemi, K. 218
Hayworth, R. 227, 229
Hermes, J. 29
Hey Girl 143
Hobson 21, 23
Honey 127
Horkheimer, M. 26[n]
Humm, M. 65
Hürriyet 92, 143
Hz. Muhammed 112, 218

I.M. Donnace 140
Irigaray, L. 67, 68, 70

İçerik analizi 37, 41, 42, 43, 161, 234
İkinci dalga 41, 45, 48, 49, 51, 53, 164, 188, 221, 241
İkinci dalga feminizm 41, 45, 48, 49, 51, 164, 188, 221, 243
İslami Kadın Hareketi 105, 113
İslami politika 84, 84[n], 85[n], 109
İslami söylem 80, 84[n], 90, 110, 111, 113, 141
İsviçre Medeni Kanunu 81
İşçi Partisi 55

Jackie 127
Ji Bo Rizgariya Jinan 142
Jiyan 142
Just Seventeen 129, 134
Jutin 142

KA.DER 88[n], 104, 104[n], 105, 289, 299,
Kadın 140

Kadın Araştırma ve Eğitim Merkezi 99
Kadın Araştırmaları Dergisi 142
Kadın Çevresi 89, 141, 141n
Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi 100
Kadın Hakları Derneği 86
Kadın Hukukçular Derneği 86
Kadın Kimliği 111, 112, 141
Kadın Özgürlük Hareketi (KÖH) 46, 51, 52, 52, 53, 58, 77, 96, 135, 246
Kadın Özgürlük Konferansı 51
Kadın Partisi 85
Kadın Sorunları ve Statüsü Genel Müdürlüğü 97n
Kadın ve Aile 111, 141
Kadınca 16, 34, 37, 40, 41, 50, 91, 121, 140, 146, 147, 148, 149, 150, 156-158, 161, 162, 167, 169, 170, 172, 176, 178, 180, 182, 186, 187, 191, 193
Kadınlar Dünyası 138
Kaliteli Kadın Gazetesi 93
Kamusal alan 15, 35, 39, 47, 48, 77, 80, 81-87, 91, 96, 99, 106-113, 116, 137, 139, 172, 178, 193, 194, 196, 198, 203, 214, 220, 221, 224, 232, 249, 263, 265, 275
Kandiyoti, D. 60, 83, 85, 86, 87, 102
Karakaş, E. 224
Karaosmanoğlu, Y. Kadri 83
Kazancıbaşı, E.147, 148, 149, 150, 157, 158, 170n, 181, 214, 260, 268
Kelebek 276
Kellner, D. 38
Kemalist feministler 90, 90n, 101, 102, 103, 113, 114
Kemalist reformlar 16, 40, 50, 81, 82, 86, 87, 90, 101, 101n, 102, 107, 121, 146, 148, 149, 150, 157, 158, 159
Kim 143, 161, 162, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 172, 176, 177, 178, 180, 182, 184, 186, 189, 190, 191, 193, 194, 197, 204, 205, 212, 213, 214, 215, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 227, 231, 232, 233, 234, 240, 241, 244, 245, 248, 264, 268, 269, 270, 271, 278, 280, 281, 286
Kimlik politikaları 64, 69, 70n, 73, 74, 88, 100, 109
Klips 144
Koçali, F. 221
Kolukısaoğlu, T. 265
Kristeva, J. 51, 69, 70
Kural, A.S. 112
Kuramsal tartışmalar 45, 50n, 52, 61, 64, 73n, 119, 249
Küçük İskender 171
Kültürel çalışmalar 7, 15, 16, 16n, 18, 19, 20, 21, 22, 22n, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 36, 42, 168
Kültürel feminizm 68, 179
Kültürel melezlik (cultural hybridity) 35

Lacan 70, 183
Latife Bekir 86
Latife Hanım 83
Latin Alfabesi 138
Lauretis, T. 75
Lee, J. 164
Leonard, D. 136
Letherby, G. 210
Lewis, B. 84n
Lewis, R. 174
Liberal feminizm 47, 61, 62, 63, 64, 76, 90n, 148, 177, 214, 224, 264
Looks 134
Lovenduski, J. 16, 57, 61

Macdonald, M. 32, 33, 165, 226
Maghadam, V. 110
Marie Claire 134, 140, 144
Marshall, B.L. 75
Martı 142
Martin, B. 187, 188

Mc Cracken, E. 156
McRobbie, A. 21, 27, 28, 30, 31, 32, 73, 162, 174, 181, 241, 248
Mcshary, D. 151
Mektup 111, 141
Melodi 93
Metz, C. 186
Meulenbelt, A. 214
Miles, A. 71
Millet, K. 59
Milliyet 143, 269, 274
Mis 213
Miss America 51
Mitchell, J. 48, 59, 68
Modleski, T. 23, 24
More 129, 134
Mort Çatı 95
Mulvey, L. 182, 183
Murdoch 155, 258
Mustafa Kemal 83

Negatif 269
New Woman 16, 37[n], 40, 41, 49, 121, 129, 130, 131, 133, 134, 148, 146, 149, 150, 152, 155, 156, 164, 165, 166, 171, 178, 180, 188, 189, 191, 192, 193, 196, 197, 201, 202, 203, 206, 209, 210, 211, 213, 234, 238, 239, 258, 281, 282, 284, 285, 292
Newnes, G. 127
Nova 127
Nükleer Silahsızlanma 51

O'connor, J. 188, 189
Oakley, A. 48
Options 129, 130, 134, 140, 259
Osmanlı İmparatorluğu 137
OWAAD 65

Özal, T. 87, 97, 97[n], 101, 106
Özcü yaklaşım (essenclalist approach) 68, 72, 113
Özcülük karşıtı yaklaşım (anti-essenclalist approach) 68

Pazartesi 75[n], 95, 96[n], 115[n],, 117, 141, 220, 221, 291
Pembe Sayfalar 155, 156, 157, 158, 217, 266
Perkins, T.E. 232
Playboy 187
Playgirl 185, 186, 187
Poovey, M. 73
Popüler feminizm 45, 249
Postfeminizm 33, 33[n], 46, 48, 49, 50, 50[n], 63, 70[n], 112, 148, 162, 163, 184, 187[n], 201, 204, 205, 206, 211, 225, 230, 234, 238, 247, 253, 290, 296
Postmodernizm 45, 74, 74[n], 76, 119
Pozitif ayrımcılık 105
Prenses Elizabeth 125
Prima Donna 140
Psikanaliz ve feminizm 68

Queen 127, 130, 135

Radikal feminizm 60, 61, 62, 63, 64, 90, 74[n], 91, 102, 141, 157, 179, 195, 219, 220, 225, 263, 266, 276
Radway, J. 24
Ramazanoğlu, C. 64
Randall, V. 46, 57, 61
Rapsodi 140
Refah Partisi 84[n], 94, 95, 106, 107
Roza 142
Ruskin College 52

Sabah 93, 143
Saban, N. 224
Saktanber, A. 92, 107[n], 109, 167, 215
Segal, L. 63
Sena 142
She 125, 126, 129, 135, 163
Shiach, M. 18, 24, 25

Shrew 59
Sıfır hoşgörü 77
Sirman, N. 78, 83, 90, 115, 118
Smith, E. 31, 154
Somut 89, 110, 110[n]
Sosyal Demokrat Halk Partisi 93
Sosyal Güvenlik Yasaları 57
Sosyalist Feminist Kaktüs 89, 141
Sosyalist feminizm 46, 47, 58, 62, 63, 64, 76, 89, 89[n], 110[n], 115, 141, 142, 225, 263
Söylem (discourse) 17, 17[n]
Sözen, N. 280
Spare Rib 59, 136, 137, 258
Stabile, C.A. 74, 75, 76
Stacey, J. 49
Steiner, L. 123
Stuart, H. 16, 66
Stuart, A. 48, 77
Sunar, İ. 106[n]

Tekeli, Ş. 80, 88, 105, 114
Temel Toplumsal Haklar Yasası 57
Thatcher 53, 54, 57
The Guardian 58
Tokgöz, O. 79
Top Santé 131
Toplumsal cinsiyet kimliği 22, 84
Toprak, B. 85, 106[n], 108[n]
Türban Hareketi 108, 109
Türk Anneleri Derneği 86
Türk Kadın Konfederasyonu 85
Türk Medeni Kanunu 93, 94, 195, 276

Ulusal Kadın Koordinasyonu Komitesi 52
Ulusal Siyah Kadınlar Konferansı 65
Unat, N. A. 79

Üçüncü Dünya 65
Üniversiteli Kadınlar Derneği 86

Valley, B. 176
Vanity Fair 125
Vietnam Dayanışma Kampanyası 51
Viva 144
Vizon 140
Vogue 122, 124, 127, 130
Votre Beauté 140, 143

Walby, S. 47, 55
Weedon, C. 70, 71, 72
West, R. 76
Whelehan, I. 59, 67
White, C. 126, 128, 133, 163
WIRES 59
Winship, J. 21, 27, 29, 152, 203
Wolf, N. 214, 239
Woman 124, 125, 126, 134
Woman's Journal 124, 130, 135
Woman's Own 124, 125, 126
Woman's Realm 126
Woman's Review 136
Woman's Studies International Forum 136
Woman's Weekly 124
Wood, L. 30, 145, 148, 150, 205, 251-255
Woolf, V. 51
Working Woman 130

Yapıbozum yöntemi 71, 72, 73, 91, 229
Yazko Edebiyat 89
Yıldırım, H. 193
Yılmaz, A. 91
Yılmaz, M. 99
Young, S., 56
YÖK 108[n]

Zaman 110[n]
Zoonen, L. 188

POPÜLER FEMİNİZM

Türkiye ve Britanya'da Kadın Dergileri

SÜHEYLA KIRCA SCHROEDER

Son 20-30 yılda feminist araştırmacılar giderek daha fazla, kadınların medyada ve genel olarak kültür içinde nasıl temsil edildiklerini araştırdılar. Temsil, politik bir sorundur. Kadınlar, bütün diğer toplumsal gruplar gibi, kendi kendilerini tanımlamadıkları, kendi adlarını kendileri koymadıkları sürece hep başkasının yaptığı tanımlamalar içine hapsolacaklar, bir türlü kendi adlarını koyamayacaklar, ya da Duygu Asena'nın dile getirdiği gibi adsız kalacaklar. Bu nedenle medyadaki egemen kadınlık imgelerinin ve kalıplarının deşifre edilerek eleştirilmesi feminist araştırmanın önemli bir gündemini oluşturuyor ve temsilin nasıl işlediğine, kültür içinde ve kültür için anlamların nasıl yaratıldığına, bu anlamları insanların nasıl içselleştirdiğine ya da reddettiğine ilişkin feminist çalışmalar yaygınlaşıp derinleşiyor. Süheyla Kırca Schroeder'in kitabı, bu alandaki çalışmalara Türkiye'den önemli bir katkı getiriyor. Üstelik, az rastlanan bir başka özelliği var: Kırca Schroeder, Türkiye'de ve Britanya'da yayınlanan kadın dergilerinin karşılaştırmalı bir analizini yaparak Batı feminizmi ile Türkiye'deki feminizm arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları araştırıyor ve böylece "biz bize benzeriz"ciliğe ya da "Doğu Doğu'ya benzer" diyen oryantalist söyleme de güçlü bir yanıt vermiş oluyor.

Türkiye'deki feministler açısından bu kitabın bir de duygusal özelliği var. İncelemeye konu olan her iki derginin (Kadınca ve Kim) de bu yıl kaybettiğimiz Duygu Asena tarafından yönetilmiş olması, bu çalışmaya, Asena'nın yaşamına ve yapıtına anlamlı bir saygı duruşu olma niteliğini kazandırıyor.

Fatmagül Berktay

ISBN 975-8803-70-0

9 789758 803705

BAĞLAM