

T.C
DÜMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Sosyoloji Anabilim Dalı

145872

Yüksek Lisans Tezi

ESTETİK VE AHLAKİ AÇIDAN TOPLUMSAL DEĞİŞMENİN BİR
GÖSTERGESİ OLARAK GÜZELLİK YARIŞMALARI

Tez Danışmanı
Yrd. Doç. Dr. Recep YILDIZ

Yalçın YILMAZ
0192050121

Kütahya – 2004

Kabul ve Onay

Yalçın YILMAZ'ın hazırladığı “ Estetik ve Ahlaki Açıdan Toplumsal Değişmenin Bir Göstergesi Olarak Güzellik Yarışmaları ” başlıklı Yüksek Lisans tez çalışması, jüri tarafından lisansüstü yönetmeliğin ilgili maddelerine göre değerlendirilip kabul edilmiştir.

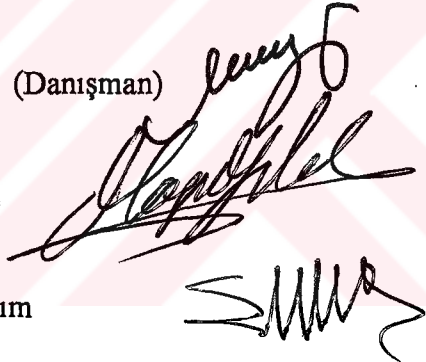
02.09/2004

Tez Jürisi

Yrd. Doç. Dr. Recep Yıldız (Danışman)

Yrd. Doç. Dr. Hasan Yıldız

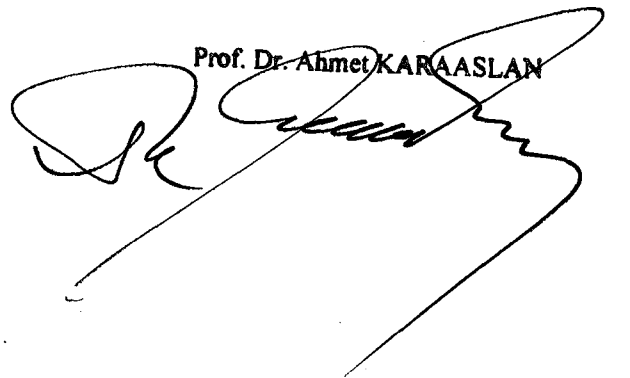
Yrd. Doç. Dr. Ergün Yıldırım



Sosyal Bilimler Enstitüsü

Müdürü

Prof. Dr. Ahmet KARAASLAN



Yemin Metni

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Estetik ve Ahlaki Açıdan Toplumsal Değişmenin Bir Göstergesi Olarak Güzellik Yarışmaları” adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yaparak yararlanmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

02/07/2004

Yalçın YILMAZ



ÖZGEÇMİŞ

01.01.1979 tarihinde İstanbul'da doğan Yalçın YILMAZ, ilk ve orta öğreniminin bir kısmını İstanbul'da lise öğrenimini de Yalova'da tamamladıktan sonra 1995 yılında Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesine kayıt oldu. 2000 yılında mezun olduktan sonra çeşitli devlet okullarında sözleşmeli olarak İlköğretim Sınıf ve Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi öğretmenliği yaptı. 2001 yılında DPÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalında Yüksek Lisans eğitimine başladı. Halen özel bir okulda öğretmenlik görevini sürdürmektedir.



ÖZET

Çağımız, tarihsel birikimlerle birlikte yeni bazı süreçlere girmiş ve modernleşme hayatı yeniden biçimlendirmiştir. Kendisine özgü yapısı nedeniyle toplumların yaşamını bireyselliğe ve bireyselliği faydacılığa eklemeyen, üretim ilişkilerinin sıklığı nedeniyle tüketime yönlendiren bir biçimlendirilmiştir. Bunun için kitleleştiren ama aynı zamanda genel olarak söylenmesi gerekirse, yaşam şartlarını ve standardını kolaylaştırıp yükselten modernleşme, elbette insanların hayata bakışlarını sistematik bir hale getiren değer yargılarını da değiştirecektir. Estetik ve etik değer yargıları da bu yargılardandır.

Düzenlenen güzellik yarışmalarına katılan kadınlara yüklenen kimlikler, roller ve buna bağlı yeni anlamlar bunu doğrulamaktadır. Yerel kriterler yerine evrensel söylemi ile güçlü kültürün kriterleri konulmuş, kadına olması gereken işaret edilmiş, sonuçta da hem erkeğin hem de kadının bu yolla beğeni yargısı değişikliğe uğratılmıştır. İletişimin enformasyon alış verişinden nispeten uzaklaşarak, kültür aktarımına ve tüketimine yönelmesi, söz konusu ettiğimiz değişimi hızlandıran medya yapılarının doğmasına neden olmuştur. Güzellik yarışmaları bu tür aktarımların ve bundan kaynaklanan değişimlerin gerçekleştirimidir.

ABSTRACT

Our age has incorporated novel processes into its body having absorbed historical accumulations; modernisation and the re-shaping effect on life. With its unique structure modernisation seams social life to individualism and individualism to pragmatism. In sum, re-directs all to consumerism through a web of production relations. Thus, the massifying modernism, while in general facilitates life conditions and improves living standards, changes public value judgements which constitute the systematic human outlook on life. Aesthetics and ethics judgements are such value judgements.

The new identities, roles and related meanings attached to the female candidates of the beauty contests justify this view. Local criteria have been replaced by the ones of mainstream culture, women have been assigned roles and as a result the value judgements of both men and women have been changed. Communication distracted from information exchange and re-directed to cultural transfers and consumption of cultures resulted in the birth of new media institutions which give a faster pace to such transformations. Beauty contests are the realisation of such exchange and the resultant transformation.

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
TABLolar	ix
KISALTMALAR	x
TEZ HAKKINDA	xi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM ESTETİK VE AHLAK SORUNSALI

1.1. ESTETİK	5
1.1.1. Estetiğin Kaynağı	5
1.1.2. Estetiğin Kültürle İlişkisi	7
1.1.3. İnanç ve Düşüncelerde Estetik Yargı Farklılıkları	10
1.1.4. Estetik Ve Ahlak Arasındaki Bağlantı	13
1.2. AHLAK	15
1.2.1. Ahlakın Niteliği	15
1.2.2. Ahlakın Toplumsal Yönü	18
1.2.3. Ahlaki Yargılarda Görülen Değişim	20
1.2.4. Ahlak Ve Sistemin Devamlılığı	23

İKİNCİ BÖLÜM TOPLUMSAL DEĞİŞME AÇISINDAN MODERNLEŞME, KÜRESELLEŞME VE KÜLTÜRE YANSIMALARI

2.1. BATIYA YÖNELEN DEĞİŞİMDE KADIN	26
2.2. MODERNLEŞME, MODERN TOPLUM, MODERN BİREY	33
2.3. BİR DİĞER AŞAMA "KÜRESELLEŞME VE DEĞİŞTİRİCİLİĞİ"	44
2.4. KÜLTÜR VE KİTLE KÜLTÜRÜ	51
2.4.1. Kültür ve Toplum/Birey	52
2.4.2. Kitle ve Kültürü	56

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM DEĞİŞİMİN GÖSTERGESİ GÜZELLİK YARIŞMALARI

3.1. GÜZELLİK YARIŞMALARINA BAKIŞ	61
3.2. GENEL TARİHÇESİ HAKKINDA	62

3.3. YARIŞMALARIN TEMEL ÖZNESİ KADIN	69
3.3.1. Özneden Nesneye, Nesneden Meta ya	73
3.4. POPÜLER KÜLTÜRDE GÜZELLİK YARIŞMALARI	81
3.5. MEDYANIN ROLÜ	87
3.5.1. Medyanın Hareket Temelleri	88
3.5.2. Medya da Değiştirici Güç	91
3.5.3. Tüketime Yönlendirmek	95
3.6. GÜZELLİK YARIŞMALARININ YAZILI BASINDAKİ YANKILARINDAN ÖRNEKLER	99
SONUÇ	107
KAYNAKÇA	111
DİZİN	119



TABLÖLAR

Tablo 1.1. Kohlberg'in ahlak gelişimi basamakları	23
Tablo 2.1. Reklam filmlerinde kadınların işlevsel rolleri	80



KISALTMALAR

a. g. e.	Adı Geçen Eser
a. g. m.	Adı Geçen Makale
Ank.	Ankara
AÜGSFD	Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi
AÜİBFD	Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi
BAAK	Başbakanlık Aile Araştırmaları Kurumu
C	Cilt
Çev.	Çeviren
Der.	Derleyen
DPÜSBED	Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
İst.	İstanbul
MEB	Milli Eğitim Bakanlığı
MÜİFV	Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı
s.	Sayfa
s.s.	Sayfalar Arası
S	Sayı
TRT	Türkiye Radyo Televizyon Kurumu



TEZ HAKKINDA

ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Güzellik yarışmaları tarihsel belliğimize 1900'lü yılların başlarında yerleşmiş olmasına rağmen varlığıyla toplumsal değişme süreci içerisinde ilgilenilmesi gereken bir olay olarak düşünülmemiştir. Kadın'ın çeşitli yönleriyle irdelenmesi, kültür içerisindeki yeri ve değişim içerisindeki rolleri gibi hususiyetler ele alınarak, bilimsel araştırmalar yapılmış ve aynı zamanda kimi üniversitelerde sadece 'kadın'ı araştıran ayrı bölümler kurulmuştur. Bu, konunun temelini ne kadar da incelenmeye ihtiyaç duyulan geniş bir saha olduğunu ortaya koymaktadır. Bu itibarla, çağımızın gerektirdiği özelliklere bağlı bir şekilde yaşanan değişim sürecinde temel yargılardan sayılabilecek 'Estetik ve Ahlak'ın, kadınla özdeşleşerek yeni bir takım anlamlar kazanması, aynı zamanda yeni anlamların toplumun değişimini gösteren işaretleri barındırıyor olması bu çalışmanın temel problemini oluşturmaktadır.

ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın başlıca amacı, toplumsal değişim süreci içerisinde, bütünü doğru algılamak ve parçaların birbirleri arasındaki ilişkilerin yakından göz atabilmek adına, güzellik yarışmalarının öznesi durumundaki 'Kadın' üzerinden estetik yeniden yapılanmaya, bunun ahlaki yansımalarına ve tüm bunların toplumsal değişme süreci içerisindeki konumlarına bakabilmektir.

Ayrıca küreselleşmenin getirilerinden sayılan ve teknolojik gelişme sayesinde hareket kabiliyetini arttıran iletişim araçlarının aktardıkları mesajların değişime olan katkısı ve belli bir yönlendiriciliğe sahip olup olmaması durumunun ortaya konulmaya çalışılması çalışmanın bir diğer amacını meydana getirmektedir.

ARAŞTIRMANIN HİPOTEZİ

Tarihsel temellerinin Mitolojik ilk çağa dayandırılabilmesine rağmen, her yönü ile yeni ve çağcıl olan güzellik yarışmalarının geçmişi pek de eskilere gitmemektedir. Ve fakat, olayın tarihi ilgilendiren yanları yanı sıra, sosyolojiyi de ilgilendiren , onun araştırmalarına muhtaç, kimi yönleri de bulunmaktadır. Dolayısıyla olay ve olguları anlamlandırabilme şeklinin, toplumsal yaşam alanında değişikliklere yol açacağı savından hareketle genel hipotezimiz, *“modernleşme ile küreselleşmenin etkileri altında ve toplumu oluşturan temel yapı taşlarından ‘Kadın’ üzerinden yapılan güzellik yarışmaları, evrensel olduğu belirtilip aynı zamanda yerelliği de iddia edilerek belirli bir amaca yönelik ve hakim kültürün etkisi altında, toplumdaki estetik ve bağıl şekilde ahlaki değişimin bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır.”* Şeklinde belirlenmiştir.

Alt hipotezlerimizi ise şu şekilde sıralayabiliriz:

- Kaynağını doğadan alan ve insanın dış dünyaya yönelik ‘Güzel’ ve ‘Çirkin’ kavramlarıyla ifade edilen beğenilerini ele alan felsefi yaklaşım sistemi olan Estetik ile insan eylemlerini sınırlayarak var olan toplumsal yapının devamlılığını sağlamaya dönük işleve sahip olan, ifadesini ‘Doğru’ ve ‘Yanlış’ kavramlarında bulan Ahlak yargıları; bir toplumun kültür bütünlüğünün içerisindeki aktörlerdendir.

- Bir toplum için, yaşadığı zamanın şartlarına uyum sağlayarak, karşı karşıya kaldığı ya da kalabileceği durumlarla baş edebilmesi noktasından hareketle toplumsal yapısının değişime uğraması kaçınılmazdır. Buna estetik ve ahlak yargıları da doğal olarak tabidir. Güzellik yarışmaları tarihi içerisinde birinci seçilen kadınlar arasındaki cisimsel farklılıklar buna işaret etmektedir.

- Özellikle aydınlanma hareketleriyle başladığını söyleyebileceğimiz, sanayi devrimiyle kendisini bulan modernleşme, bundan önceki süreçlere nazaran daha hızlı, radikal, bütünsel ve küresel kendisine has bir değişime neden olmuş/ olmaktadır.

Güzellik yarışmalarının bu dönem içerisinde var olup günümüze kadar geçirdiği evrelerin en başat sebebi de bu değişimdir.

- Kadın kimliğinin sürekli toplumun ‘öteki’si şeklinde değerlendirilerek başkalarınca anlamlandırıldığı toplumsal yapı, modernlikle birlikte kadına kendi kimliğini belirleme olanağı sunma iddiasını dile getirmiş; ancak yarışmalar sayesinde yine, başkaları tarafından oluşturulan kimliklere itildiği bir değişime neden olmuştur.

- Özellikle Fen bilimlerinin ilerlemesine paralel gelişen teknolojinin iletişim alanına da el atması, toplumlar arasındaki etkileşimi hızlandırmış, oluşan kitle iletişim araçları bunun yanı sıra kültürel faaliyetlerin aktarılmasındaki başlıca araç haline gelerek, var oluşunun devamlılığı adına kapitalist ekonomik sistemin gereklerine uyarak, diğer toplumların kültürlerini derinden etkileyen hakim kültürel yapının iletimini üstlenmiştir. Güzellik yarışmaları ‘Batı’ şeklinde isimlendirilen kültürün kadın kimliğini şekillendiren özelliğini diğer toplumlara kolay, masrafsız, çabuk ve isteğe uygun format içerisinde yansıtılmasını sağlamaktadır.

ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırma genel kapsamı itibariyle toplumsal değişme hakkındadır. Ancak toplumsal değişimin Kadın’ın algılanışı ve toplum içerisindeki yeniden konumlanması, kadın üzerindeki etkileri açısından ele alınmaktadır.

Kadın’ın ‘Güzel’ değer yargısı ile değerlendirilip toplum tarafından kabul ediliyor olması, felsefi anlamdaki ‘Estetik’e, yarışmaların gerçekleştiği esnada yaşananlar ile ardından gerçekleşenlerin yaygın kabulü açısından ‘Doğru-Yanlış’ yargılarıyla değerlendirilmesi ile de yine felsefi Ahlak/Etik’e başvurarak, onların verilerini de değerlendirmemizi gerekli kılmıştır.

Her ne kadar ilgilenilen güzellik yarışmalarının tarihçesi fazla eski olmasa da varlığını ortaya koymaya yönelik tarihi bir takım açıklamalar yapılması da bir ihtiyaçtır. Medyanın olumlu/olumsuz etkileri, çalışmanın özelde yarışmalara ayrılmış olması nedeniyle daha dar kapsamlı düşünlmek zorunda kalınmıştır.

ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

Yapılan çalışma üç bölüm halinde meydana getirilmiştir. Çalışmanın birinci bölümünde, birincil olarak ilgili olunan estetik ve ahlak yargıları üzerinde durma ve bu yargıların bütün ile ilişkilerini kurma gayreti; ikinci bölümde, temel toplumsal değişme olgusunu gözetme ve onun yeni aşamalarına değinme; üçüncü bölümde de güzellik yarışmalarının tarihsel perspektifi gözetilerek medya yapılarıyla birlikte toplumsal değişimin göstergesi olma durumu yer almaktadır. Dolayısıyla araştırmanın kapsamı kadın üzerine güzellik yarışmalarındaki estetik ve ahlaki yargılar bağıntısıdır. Aynı zamanda bu bağıntuların toplumsal değişme içerisindeki yeni yapılanmasının da nasıllığı üzerinde durulmaktadır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma konusuna uygun olarak güzellik ve güzellik yarışmalarının estetik ve ahlak sorunsalı çerçevesinde ele alınması ve daha sonra, yapılan yarışmaların tarihsel süreçte değerlendirilmesi gerekliliğinden hareketle öncelikle kaynak taraması yapılmış ve sonrasında da elde edilen veriler Türkiye'nin de katıldığı güzellik yarışmaları çerçevesinde yorumlanmıştır. Bu gerekçe ile değerler ve siyasal yaklaşımlar açısından konu ile ilgili literatür ve özellikle gazetelerde yer alan güzellik yarışmalarına yönelik haberler taranmıştır.



TEZ METNİ

GİRİŞ

Bilimin gerek içinde yaşadığımız dünyanın gerekse yaşayan birey/lerin ve onun oluşturdukları durum ve eylemlerin ortaya konulması suretiyle, yaşamımızı anlamlandıran genel bir çerçeve olduğu bilinen bir gerçektir. Bununla birlikte felsefenin tüm alanlarla ilgili söylemlerinden vazgeçilerek günümüz bilimlerinin felsefeden ayrışması, yer, zaman, olgu ve eylem bazında elde edilen verilerin de değişmesine sebep olmuştur. Bu itibarla, anlama çabalarımızdaki gelişmeler ortak bir metodolojiyle de olsa farklı mecralardaki çalışmalara araştırmacıları sevk etmektedir.

Bilimlerin felsefeden ayrışması her ne kadar tek bir konuda derinlemesine araştırma imkanını sağlamış olsa da çalışma esnasında doğru bilginin elde edilmesine yönelik, tüm bilim dallarını sınırlı da olsa bir araya getiren, toparlayan felsefi bir bakış açısının kullanılmasını zaruri hale getirmektedir. Bu durum tıbbın, bireyin sağlığı ile ilgili araştırmalarda onun sosyal yaşantısını bilme; sosyolojinin, hal'i anlamlandırabilmek için geçmişe dönük bilgileri tarihten alma; tarihin, olayları açıklayabilmek için antropolojik verilere ihtiyaç duyma; antropolojinin, kendine ait derinlemesine çalışmalarda coğrafi verilerden yararlanma gibi kimi örneklerle açıklanabilecek, karşılıklı bir şekilde doğrusal ve çapraz ilişkiler şeklinde karşımıza çıkmaktadır.

Bilimler arası ilişkilendirme aynı zamanda tek bir sahanın içinde de zorunlu olarak gerçekleşmektedir. Bilginin doğru bir şekilde elde edilmesine yönelik olarak, elde edilen sonucun tek bir sebebe bağlı olarak açıklanamıyor olması, ilişkilendirme ve etkileşimin ne kadar da gerekli olduğunu ortaya koymaktadır.

Bahsedilen durumun bir bilim olarak sosyolojide de varlığı tabiidir. İnsan ve onun birlikteliklerini, birlikte hareketleri sonucu gerçekleşen olay ve meydana getirdiği olguları, kurumlarını kendisine konu olarak seçen sosyoloji, temelinde insanın var olması nedeniyle insanla doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkili bulunan bir çok alana ait verileri bir araya getirmek mecburiyetindedir. Çünkü birey ve bir arada belirli ortak paydalarda buluşarak oluşturdukları toplumlar, dinamik bir yapı olarak sürekli

farklılıklara maruz kalmakta ve daima değişim yaşamaktadırlar. Aksi yöndeki anlayışlar ışığında yapılacak çalışmalar doyurucu ve doğru bilgiyi bizlere sunmak yerine, sadece tek yöne ışık tutan eksik ve kısır veriler halinde kalacak, yeni çalışmalar için sağlam bir temel teşkil edemeyecektir.

Ayrıca, bilimlerin birbirlerinden yararlanmaları gerçek için yeterli olamamaktadır. Bir olgunun aynı anda birden fazla öge ile etkileşim içerisinde olması, ele alınan konunun ilişki basamakları üzerinde durulmasını zorunluluk haline getirir. Bu zorunluluğun gereği olarak, yapılan çalışmalarda ele alınan temel sorunun farklı gibi gözükken ve fakat ilişkili bulunan unsurlar arasındaki bağlarını gözetmek gerekmektedir. Toplumsal yapıyı oluşturan bireyler ve bireylerin toplum olabilmesi için gerçekleştirdikleri kurumların işleyiş şekilleri de bu şekilde anlaşılabilir. Nesneden yola çıkılarak ortaya konulmuş, kimi zaman felsefi bir derinlikle düşünülerek metafizik temellere oturtulmuş ve sanat yapıtları hakkında serd edilen bir bütün olarak estetik, toplumun genel güzellik anlayışlarını etkilemekte ve karşılıklı bir biçimde şekillenmeyi sağlamaktadır. Aynı zamanda toplumların kendi içlerindeki düzenin sağlanabilmesi amacıyla, çoğunlukla yazılı olmayan doğru ve yanlışlar demetleri halindeki ahlak yargısı, güzel ile bir arada değerlendirilmekte ve kimi zaman da birbirleri yerine kullanılmaktadır. Ve yine toplumdaki bakış açılarının ve bu açıların eyleme dönüşmesi sürecindeki bahsi geçen estetik ve ahlak yargılarının etkilerini toplumsal kurumlarda, kurumlar içerisinde yaşayan bireylerde görmek de mümkündür. Dolayısıyla etkiler, kaçınılmaz olarak değişimi beraberlerinde getirmektedirler.

Değişim bir toplum için kaçınılmaz olarak gerçekleşmektedir. Toplum bilinçli ya da bilinçsiz olarak karşı koysa dahi durum olumlu veya olumsuz olarak meydana gelir. Olması gerekene karşı koymak da bir anlamda toplumun değişmesi demektir. Bütünsel olarak gerçekleşen değişimlerden bireyleri ayrı tutmak düşünülemez. Doğal olarak bireyler, toplumdaki konumlanışlarına göre kadın ve erkek olarak hem kendi var oluşları hem de var kılınışları bakımından değişimin içerisinde yer alırlar.

Bilebildiğimiz en eski tarihi dönemlerde de sürekli bir arada bulunan kadın ve erkek, toplumlarının kendilerine has kültürel yapıları içerisinde değerlendirilmeye tabi tutulmuş ve kendilerine roller biçimlenmiştir. Biçimlendirme, kültürün miras yoluyla aktarımı nedeniyle –değişim aşamalarından etkilenerek- yeniden biçimlenmiş ve günümüze kadar gelmiştir. Bu durumun da yukarıda bahsedilen etkileşim sürecinde bulunmadıkları düşünülemez. Asıl dikkat edilmesi gereken nokta ise, genellikle kadının erkeğe nazaran üzerinde eklenmiş daha fazla anlamlar barındırması ve değişim sürecinin, kadın üzerindeki anlamlara etkide bulunarak gerçekleşmesidir.

Giriş kısmının başından beri ifadesine çalıştığımız şey, bir olgunun tek yönlü algılanamayacağıdır. Bu yüzden kadın, kendi var oluşunun yanı sıra kavramsal olarak da çok yönlü düşünülmesi gereken bir varlıktır. Onun anne olması, onun eş olması, onun işçi olması, onun evlat olması, onun namus timsali olması, onun insan olması gibi onun en eski tarih çağlarından bu yana güzelliğin timsali ve güzelliği arzulayan olması, bu çalışmanın köklerinden birisini ifade eder. Toplumdaki güzellik anlayışının kadında cisimleşmesi, kadın güzelliğinin toplumun estetik beğenisini değiştirmesi, toplumsal değişim süreci içinde düşünülmesi gereken bir olgudur.

Modernleşme ile başlayan, Küreselleşme ile yaygınlaşan ve enformasyon ağlarının etkileriyle kuvvetlenen bir diğer şey ise kavramlar üzerindeki esnekliktir. *Cismin varlığının ardından cismi ifade eden kavramın oluşturulması yerine*, sözü geçen süreçte, *kavramların ardından cisimlerin üretilmesi* ya da cisimlerin işlerliğinin kavram üzerindeki farklı yorumlamalar nedeniyle değişik bir boyuta dönüşmesi artık yadsınamayacak bir biçimde ortadadır. En küçüğünden en büyüğüne, en ilkelinden en gelişmişine, en iyisinden en kötüsüne kadar tüm kavramlaştırılmış olgular artık buna tabidir ve kadın kavramı hakkındaki esneme, ağır biçimde işleyen toplumsal değişimi hızlandırarak belli oranda da amaçlanan yöne doğru kolaylıkla gerçekleştirilebilme kabiliyetine sahip kılınmıştır.

Değişim vardır ve halen de devam etmektedir. Ama bu nasıl görünür hale gelir? Ya da nereye bakarsak gerçekleşen değişimleri görebiliriz? Bazı olay yahut olgular bir çok yönü kendisinde cisimleştirerek, kendisine bakan araştırmacılar için

birer gösterge haline gelmektedirler. Yani, bir Fransız İhtilali gibi, bir Tanzimat Fermanı gibi, bir petrolün bulunması gibi, bir fast food zincirlerinin var olması gibi. Bu anlamda güzellik yarışmaları da bilim adamları için gösterge olmaktadır. Özellikle belli bir dönemde ortaya çıkması, kavramlaştırmaya dönük etkileyciliği, öznesi olan kadının, toplumdaki algılanışına yönelik değıştiriciliği, yeni sektörler yaratması, medya aracılığıyla aktarılması, modayla yakın ilişkileri vb. gibi açılımları nedeniyle sosyolojik değerlendirmelerde önemli bir gösterge olarak nitelendirilebilmektedir. İşte tüm bunlardan dolayı, güzellik yarışmaları toplumsal değışmeyi izleyebileğimiz bir gösterge olarak tasavvur edilmiş, başta estetik ve ahlaki nitelendirmeler olmak üzere, aralarındaki ilişkiler de gözetilerek kadının yeniden konumlanışına dair faaliyetler şeklinde düşünülerek, hipotezlerin test edilmesine çaba gösterilmiştir.

Küreselleşmenin hızlı ve yoğun olarak yaşandığı çağımızda güzellik yarışmaları gibi bir olay hakkında daha derinlemesine ve farklı ilintilerine yönelik olarak yapılacak çalışmaların, gerek Türk toplumunun gerekse diğer toplumların yaşadıkları değışim sürecini anlayabilmek adına yeni ufuklar açabileceği ve var olan olay ve olguları dönemin şartları içerisinde daha doğru değerlendirilebilmesine olanak sağlayabileceği gözden uzak tutulmamalıdır.



BİRİNCİ BÖLÜM

ESTETİK VE AHLAK SORUNSALI

1.1. ESTETİK

1.1.1. Estetiğin Kaynağı

Toplumsal yaşam alanında, bireylerin iletişimlerini doğru bir şekilde kuran, benzer olay ve olguları aynı şekilde anlamayı kolaylaştıran kavramlar ve bakış açıları olmak zorundadır. Bu aynılığı sağlayan en önemli etmenlerden birisi de değer yargılarıdır. Nesneye ve nesnelere dünyasına yönelen insanın genellikle sübjektif olarak onlar hakkında vardığı yargıları göz önüne alacak olursak, görünüş hakkındaki yargıları ifade eden estetik de bu anlamda ele alınabilir.

Ancak, birey sosyal bir varlıktır ve varlığı ile toplumun tüm kurum ve unsurlarıyla karşılıklı olarak etkileme-etkilenme sürecine kaçınılmaz bir şekilde tabidir. Bu yüzden düşüncelerini oluşturan ve davranışlarına akseden bu yargıların kaynağı, ilk çağlardan bu yana başta felsefe, daha sonra da bilimlerin ayrışmasıyla birlikte sosyal bilimlerin merakını cezbetmiş, araştırmaya sevk etmiştir. Ayrıntılı olarak daha sonra ele alacağımız ve estetiği felsefi bir çalışmadan daha öteye götüren şu ifadeye dikkat çekmek istiyoruz. Estetik genellikle, insanın dış dünyaya ilişkin, 'güzel' ve 'çirkin' sözcükleriyle dile getirdiği tepkilerle ilgili¹, ve her iki tepkinin de insanların mantıklarıyla değil de bilinç altındaki kaynaklardan doğan, bu yüzden de kontrol edilemeyen öznel bir karardır. Öznelliği nedeniyle de kişiden kişiye değişecektir.² Çalışmamızın çekirdeğini Güzellik Yarışmalarının oluşturduğunu ön plana alacak olursak, kazananların 'güzel' ifadesiyle değerlendirilmelerinin Estetik bazı açıklamalara ihtiyaç duyduğunu yadsıyamayacağımız anlamı ortaya çıkmaktadır.

Peki şayet estetik yargı kişilere göre değişmekte ise, kişileri farklı yargılar belirlemeye iten farklı kaynaklardan beslendikleri fikri üzerinde durulamaz mı? Böyle bir soruya tarafımızdan verilecek cevap 'evet' olacaktır. Çünkü, geçmişten bu yana verilen cevapların birbirlerinden değişik olması bizi böyle bir sonuca götürmektedir.

¹ Nejat BOZKURT, *Sanat ve Estetik Kuramları*, Asa Yay., Bursa, 2000, s. 10.

² Mahzar AYKUT, "Güzellik Üzerine", *Milli Kültür*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yay., S. 60, Ank., 1988, s.14.

Yaşam içerisinde her fenomen bizim için estetik alanlar oluşturmaktadır. Bunlar; Estetik haz duyan süje, Estetik obje, Estetik değerler alanı, Estetik beğeni ve yargı³ şeklinde ifade edilebilir. Estetik obje olarak ele alınan, bireyin bilinçaltı etkilenmeleriyle, hakkında değerlendirmelerde bulunduğu 'şey' dir. Bu anlamda var olan her şeyi obje olarak görmek ve algılamak zorunluluğumuz söz konusudur. Ama bizim bu başlık altında önemseydiğimiz değer yargısının kaynağı olduğundan, süje üzerinde birtakım eklemeler yapmamız gerekmektedir. Şayet estetik fenomenler alanında süjenin 'haz alan' özelliğini öne çıkarırsak, bireydeki estetik değer kaynağını, 'haz almak' olarak belirtmemiz gerekir ki; 'şayet birey, objeye yöneldiğinde haz alıyorsa, o obje estetik bir değer taşımaktadır' şeklinde karara varmamız sorunluluk içerir. Böyle bir kabul ise, güzellik yarışmalarında, yarışmayı kazananların gerçek ve herkes tarafından kabul edilebilir bir sonuca ulaşılmasını sıkıntıya sokmakta ve bizi cinsel alanda ilgi uyandıran objeler hakkında da aynı yargıya varmamız gibi bir durumla karşı karşıya bırakmaktadır. Bu probleme çalışmamızın ilerleyen bölümlerinde ayrıntısıyla değinilecektir. Aynı şekilde İsmail Tunalı da Estetik isimli kitabında, güzelliğin amacı olarak haz vermeyi göstermektedir.⁴

Bununla beraber, estetiğin belirtici yargısı olan güzel'in kaynağı hakkında başka fikirlerde ortaya çıkmıştır. Mesela ilk çağın önemli filozoflarından Platon, "her şeyin güzel olmasını sağlayan bir güzellik vardır" ve "şeylere gerçek güzelliğini veren ne ise onu tanımlamamız gerekmektedir" ifadeleriyle, felsefi sisteminin en belirgin özelliği olan idealar alemini kaynak olarak göstermekte; sıralı bir biçimde düzenlenmiş üç tip güzellikten birisini de bedenlerin güzelliği olarak göstermektedir.⁵ Herhangi bir şeyle bağlantılı olmadan hoşla gitme de belirleyici bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada da nesnenin algılanışındaki düzen, uyum, oran⁶ vb. gibi matematiksel ve geometrik biçim, süjenin değer yargısını ortaya dökmesindeki kriterler şeklinde daha sonra Aristo tarafından da söylenmiştir.

³ BOZKURT., a.g.e., s.35.

⁴ İsmail TUNALI, *Estetik*, Remzi Kitapevi, İst., 2001, s.16.

⁵ BOZKURT, a.g.e., s. 92.

⁶ A.g.e., s.s. 107-108.

Ele aldığımız konunun temel özelliğinin yarışma olması, seçimin neye göre yapılacağı sorununu meydana getirmiştir. Yani bu noktada, kendisine başvurulabilecek birtakım kriterlere ihtiyaç duyuluyor. Acaba bahsi geçen şartların, güzel'in kaynağı olarak düşünülebilecek şartlar olduğu söylenebilir mi? Kant, konu hakkında, dogmatik bir formülün bulunmadığı gibi bir reçeteden de bahsedilemeyeceğini, ama kavrama dayanmadan evrensel olarak hoş a gidene güzel denilebileceğini⁷ söyleyerek kriterin evrenselliğini ortaya koyar. Estetik kavramını ilk olarak kullanan Alexander G. Baumgarten (1714-1762), yaptığı tanımlamada onu bir çeşit 'sensitive' mantık⁸ olarak görmekte ve böylece genel mantıktaki bazı zorunlulukları sensitive bilginin mantığına da bağlamaktadır. Zorunlulukların varlığı da kriterlere işaret etmekte ve çağımızın önde gelen düşünürlerinden Ludwig Wittgenstein (1889-1951), "estetik yargı vermek, hakkında yargı verilen objeyi kurallar açısından değerlendirmek demektir. Her şeyden önce de bu objenin kurallarını bilmem gerekiyor"⁹ şeklindeki sözleriyle, objedeki güzelliğin kaynağı olabilecek bir takım kriterlerin varlığını ortaya koymaya çalışmaktadır.

Aslında eklektik bir tavır içerisinde bulunmamız gerekirse, bu zamana kadar belirtmeye çalıştığımız her açıklama çabası, bizim için estetik duyumun kaynağının bir bölümünü ifade etmektedir. Güzel'e olan yönelişimizin hem kişisel, hem evrensel; hem belirli normlara bağlı hem de değişebilirliği söz konusudur ve aslında İsmail Tunalı'nın da belirttiği üzere, var olan düzen ve düzen formlarıyla onları seyir eden süjenin bilme yetisindeki harmoni¹⁰ bireylerdeki estetik yargıların temel kaynağını oluşturmaktadır.

1.1.2. Estetiğin Kültür İle İlişkisi

Bir önceki bölümde insanların kaçınılmaz bir şekilde bir arada yaşadıklarından ve toplumu meydana getirdiklerinden bahsetmiş, bunun sonucu olarak da aynı unsurları benzer şekilde anlayabilmeleri için ortak bakış açılarına ihtiyaç

⁷ A.g.e., s.27.

⁸ İsmail Tunalı, *Estetik Beğeni*, Say Yay., İst., 1983, s.71.

⁹ İsmail Tunalı, *Estetik*, Remzi Kitabevi, İst., 2001, s.s. 267-268, 'den naklen; Ludwig Wittgenstein, *Vorlesungen und Gespräche über Aesthetik, Psychologie und Religion*, Göttingen, 1971, s. 19.

¹⁰ İsmail Tunalı, *Estetik Beğeni*, s.77.

duyulduğunu söylemiştik. İşte bu anda devreye, kültür kavramı da girmek zorundadır. Çünkü, 18. yy.ın sonlarına doğru İngiltere ve Almanya da ‘belirli bir halkın genel hayat tarzını oluşturan bir ruh yapılışına ya da ruh durumuna verilen ad’¹¹ şeklinde yapılan tanımından da anlaşılabilceği üzere kültür, bir toplumun genel kimliği şeklinde de ifade edilebilir. Daha açık bir şekilde söylemek gerekirse, maddi ve manevi olarak vücuda getirilmiş olan her şey kültürdür ve belirtilen özelliği ile sosyal birikim ve sosyal miras şeklinde de ele alınabilir.¹² Bu yüzden, her ne kadar bireyler arasında bazı farklılıkları olsa da, toplumların ortak bir unsuru olarak estetik yargı ve bakış açıları, kültür olgusunun bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadır.

Böyle bir algılayış kaçınılmaz olarak Kant’ın ‘beğeni’ kavramını gözden geçirmeye itmektedir. Genel olarak bahsedilmesi gerekirse, Kant, estetik yargılar veren bir yeti olarak beğeniye işaret etmekte ve bir obje veya tasavvur üzerine, hiçbir karşılık beklemeden hoşlanma ya da hoşlanmama yetisi olarak tarif etmektedir.¹³ Bu anlamda beğeni ülkesi, kültür dediğimiz varlığın içinde yer alır.¹⁴ Yani, ‘şey’ üzerinde bir takım estetik yargılarda bulunmak, o yargıları, hem içinde yetişilen kültürel atmosferden etkilenmesi noktasından, hem de belli bazı ortaklıkları nedeniyle toplum adını almış olan kalabalıkların yaşamları esnasında kolaylaştırıcı araçsal ve manevi unsurları olması açısından da kültürün bir parçası olarak karşımıza çıkarmaktadır. Bu yüzden kültürün bilinen ve bilinmeyen yönleriyle insan davranış ve algılayışlarını sınırlandırması ve böylece toplumlar üzerinde o kültürün sahip olduğu normlar ve değerlerle ilgili olarak etkide bulunması¹⁵, bir değer alanı olarak estetiği kültür kapsamına almaktadır.

Çok açık bir örnek olarak ifade edebiliriz ki Türk kültürü, dünya sahnesinde etkin bir şekilde var olduktan beri, temel kültürel özellikleriyle ayrı bir millet olduğunu ortaya koymuştur. İslamiyet’le birlikte yeni birtakım öğeleri kendi bünyesinde eriterek daha parlak bir oluşuma sebebiyet vermiş, yeni din kültürel öğeler üzerinde direkt etkiyle değişime neden olmuştur. Bu itibarla başta mimari yapılar olmak üzere bir çok nesnenin estetik beğenisi değişime uğramış, yeni bir yapılanmaya neden olmuştur.

¹¹ Raymond Williams, *Kültür*, (Çev: Ertuğrul Başer), İletişim Yay., İst., 1993, s.s. 9-12.

¹² Zeki Aslantürk-Tayfun Amman, *Sosyoloji*, MÜİFV Yay., İst., 1999, s.196.

¹³ İsmail Tunali, *Estetik Beğeni*, s.s.78-81.

¹⁴ *A.g.e.*, s.101.

¹⁵ Sami Şener, *Sosyoloji*, Deha Yay., 1996, s.s. 118-120.

Ayrıca ortak özelliklerinin aynı dine inanmak olmasından başka pek fazla kültürel bezerliği bulunmayan milletlerin, aynı yapıları farklı estetik kaygılarla inşa etmesi – Türkler, Araplar ve Farisiler gibi- estetiğin kültüre bağlı değişimini ortaya koyması ve onun bir parçası olmasını ispat etmesi bakımından manidardır. Yine Türkiye'nin yüzünü batı medeniyetine çevirmesiyle birlikte mimari anlayışa Barok ve Gotik üslupların girmesi de bu anlamda ele alınmalıdır. “Estetik yargı deyileri olarak adlandırılan kavramlar da ‘Devir Kültürü’ dediğimiz şeylerde belirli bir rol oynarlar. Onun için bu kavramlardan güzel, sevimli, ince, yalnız belli bir devir kültürü içinde bir anlamı olabilir, ama genel geçerliği olamaz.”¹⁶

Bütün bunlarla birlikte şöyle bir soru ile de karşı karşıya bulunmaktayız. Estetik yargılamaları da içine almış bulunan ‘Kültür’, sadece bir toplumda maddi manevi olarak meydana getirilmiş her şey olarak mı algılanmalıdır? Değişik bazı açımları olabilir mi? Elbette, bilindiği üzere günümüz sosyal bilimlerinde, özellikle sosyoloji ve iletişim bilimlerinde sıkça araştırmalara konu olan ve klasik antropolojik kültürden karmaşık ilintilere sahip temel iki kültürel açımla karşı karşıya bulunmaktayız. Bunlar ‘Kitle Kültürü ve Popüler Kültür’dür. Yukarıda açıklamaya çalıştığımız kültür-estetik ilişkisinin, kitle kültürü-popüler kültür-estetik şeklindeki durumunun nasıl olduğunu da burada ele almamız bir zorunluluktur.

Özellikle 19. yy. başlarında dünya üzerinde var olmaya başlayan değişim rüzgarlarından kendi toplumumuzun etkilenmemiş olmasını düşünmemiz mümkün değildir. Başta sanayi devriminin gerçekleşmesi, hepimizin bildiği üzere tetikleyici bir unsur olmuş, yeni olay ve olguların/kavramların ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Modernleşme, kapitalizm-sosyalizm, kitle toplumu, küreselleşme, buna bağlı olarak akültürasyon, iletişim teknolojileri, kamuoyu, popüler kültür, metropol yaşamı, reklam, tüketim, verimlilik, feminizm vb. daha pek çok unsur hayatımıza dahil olmuş ve yeni düşünce ufukları oluşturmuştur. Bu yenilik, kültürün içinde yer alan estetik değer yargılarını da etkilediği muhakkak. Ancak bu ve buna benzer değer yargılarındaki değişimin kendiliğinden olduğunu söyleyemiyor, aksine, belirli yönde ve bilinçli bir değiştiricilikten bahsedebiliyoruz. Bu itibarla, çalışmamız içerisine bahsi geçen

¹⁶ İsmail Tunali, *Estetik*, s.267.

dönemin bariz cereyanlarından birkaçını ele almayı uygun bulduk. Böylelikle hem değişimin aslında değiştiricilik olduğunu, hem de bunun değer yargılarına yansımalarıyla estetik ve ahlakta meydana gelenleri hem de güzellik yarışmaları ile nasıl bunun ortaya konulduğunu gösterebileceğimizi umuyoruz.

1.1.3. İnanç ve Düşüncelerde Estetik Yargı Farklılıkları

Aslında estetiğin değişim ile ilişkisinden bahsederken, bir önceki bölümde açıklığa kavuşturulmuş bulunan estetik-kültür iç içeliği nedeniyle gerçek değişime uğrayanın kültür olduğunu, buna zorunlu olarak bağlı bulunan değerlerdeki değişimlerin gerçekleştiği ifade edilmeye çalışılmaktadır. Çok geride bıraktığımız tarihsel süreçleri dışarıda tutacak olursak, bütünsel, hızlı ve sarsıcı değişimlerin yaşandığı dönem olarak bir milat sayılması açısından sanayi devrimi, önemli bir başlangıç sayılmalıdır. Bilimsel anlamda sosyolojinin temellendirilmesinde de bu süreçte yaşanan sorunların neler olduğunu tespiti, çözüm yolları ve geleceğe yönelik açıklamalarda bulunma çabası hep aynı dönem değişmelerinden kaynaklanmaktadır. Endüstri devrimi, insanları etrafında ikamet etmeye yönelten fabrikaları kurması bakımından şehirleşmeye neden olmuş, şehirleşme nedeniyle topraklarını bırakarak farklı kültürel temellere sahip insanlar birlikte yaşamaya başlamış ve etkileşime girmiş, iktisadi açıdan üretim araçlarını ellerinde bulunduranlar çeşitli yaptırım güçlerini de kontrolleri altına almışlardır. Bu itibarla kültürel bütünlük ve özgünlüklerini yitirmiş olan şehirli insan kümelerinin¹⁷ karşı karşıya kaldığı ve daha önce hiç tecrübe edilmemiş bir çok etkenin değer değişimine neden olması kaçınılmaz bir sonuçtur. Değerler konusundaki değişme, imkansız bir hadise değildir. Bu husus, daha çok değerlere karşı gösterilen inançla ilgilidir. Değerlere olan güven ve inancın sarsılmasıyla bir değişme durumu söz konusu olmaktadır.¹⁸ Aynı şekilde Theodor Wiesengrund Adorno (1903-1969), toplumun yapısı ile kültürel üretim arasında bir yansıtma ilişkisi kurmuş, böylece kapitalizm'in yaşadığımız dönemdeki evresinde ortaya çıkan kültür ürünlerinde, toplumsal yapının yıkıcı izlerini saptayarak sürekli eleştirilerde bulunmuştur.¹⁹

¹⁷ Bülent Özer, *Kültür Sanat Mimarlık*, Y.E.M. Yay., İst., 2000, s. 47,

¹⁸ Şener, a.g.e., s.121.

¹⁹ Bozkurt, a.g.e., s.230.

Estetik yargıların değişimi ile ilgili olarak somut bazı örnekler vermek gerekirse, toplumun değerlerinin çok büyük bir kısmını etkisi altında bulunduran inanç sistemlerinin, ilk başta, yargının somut ifadesi olan 'güzel' i nasıl değerlendirdiklerine bakmak yararlı olacaktır.

Örneğin, İslam dini için toplumsal yaşamda her iki cinsin beden güzelliği ile ilgilenilmemiş, toplumsal sistemin sıhhati için bedenın ortaya dökülmesi anlamına gelecek davranışların ve giyim tarzlarının önüne geçilmeye çalışılmış, önemli olanın ruh güzelliği olduğu defaatle vurgulanmıştır. Ancak Tanrı'nın , insanı güzelliğe karşı bir hassasiyetle yarattığı ve bu hassasiyetin estetik yargı olarak hem inananda ortaya çıktığı hem geliştiği ve hem de inanç ile orantılı bir şekilde arttığı yahut azaldığı üzerinde durulmuştur. Yine yaratıcı Tanrı olduğu için, güzellikler karşısında sadece estetik bir haz duyulmayacağı, Tanrı'nın kudretinin de takdir edilmesi gereği vurgulanmıştır. Tabi bahsi geçen ibareler ideal bir bakış açısını ifade etmektedir. Toplumsal hayatta temel düstur sayılması bakımından serd edilen bu sözler, fiziksel olarak kadın ve erkek güzelliğini yok sayılması gibi bir durum ortaya çıkarmamaktadır. Aksine beden güzelliğini bazı kriterlere bağlamaya çalışan Müslüman düşünürler de var olmuştur. En meşhurlarından birisi Erzurumlu İbrahim Hakkı'dır. 18. yy. Osmanlısında yaşamış olan İbrahim Hakkı, yaşadığı dönemin güzellik anlayışı hakkında çok önemli ipuçları vermiştir. 'Marifetname' isimli eserinde konuyu aynen şu şekilde anlatmaktadır:

"Kadın güzelliğine delil olarak otuz iki resim bil. Dört yeri siyah ola: saç, kaş, kirpik ve göz. Dört yeri ak ola: renk, diş, tırnak ve göz. Dört yeri kızıl lazım: yanak, dudak, diş eti ve dil. Dört yeri geniş gerek: kaş, göz, göğüs ve göbek. Dört yeri dar olmalı: burun, kulak, koltuk altı ve ferc. Dördü de büyük olmalı: göğüs, kasık, bız ve diz. Dördü küçük olmalı: burun, ağız, ayak ve el. Sesi ve beli ince ince, şekli nice. Eti dolgun ve taze olmalı, kıldan beri olmalı. Böyle kıyafetli ten olsa, güzeldir o kadın. Böyle kadın güzel olur. Ahlakı da sevimli olur."²⁰

Hristiyanlık inancı da beden güzelliğini arka planlarda algılama çabası içerisinde bulunmuştur. Özellikle Hristiyan çilekeşliği insan vücuduyla ilgili her şeyi bayağı, günah, çirkin diyerek mahkum etmiş, asıl güzelliği bu dünyadaki bedeninden

²⁰ Erzurumlu İbrahim Hakkı, *Marifetname*, (Sadeleştiren A. Faruk Meyan), Bcdir Yay., İst., 1999, s.90.

uzaklaşarak, öte dünyaya erişme çabası olarak tanımlanmaktaydı.insanın bedensel güzelliğiyle ilgili tasarımlar kafirlikle itham edilmekteydi.²¹

Yeryüzündeki iki büyük semavi dinin konumuz hakkındaki görüşlerinin ardından, bir inanç sistemi olmasa bile insanlığı etkilemesi açısından büyük öneme sahip olan Marksizm ve Marksist düşüncenin ne dediğini ele almamız, konu başlığımızdaki değişimi açıklamamızda faydalı olacaktır. Estetik anlayış Marksistlerce, toplumsal kültürün, toplumsal yaşamda, toplumsal gelişmede ve toplumun dönüşümüne hazırlanmasında somut bir öneminin var ya da yok olduğuna göre değerlendirilmiştir. Çernişevski'nin öğretisi onlara yol açmaktadır. Güzel olan, gerçek yaşam ile toplumda güzel olan yaşam tasarımının birbirine uygunluğu olarak tanımlanmaktadır.²² Ayrıca kapitalist toplumların öznelinin, kendilerini gerçek durumlarıyla algılayamadıkları ve dolayısıyla kendi görüşleri de olamayacağı düşüncesinden hareket etmeleri²³ nedeniyle, estetik değerlendirmede de tüm belirleyiciliği topluma vermektedirler. Bunun yanı sıra Neo Marksizmin en büyük teorisyenlerinden biri olan Louis Althusser'in (1918-1990) Devletin İdeolojik Aygıtları'nın (D.İ.A.) toplum üzerindeki etkilerini ortaya koyması açısından ve "insanların kendilerini önceden belirlenmiş ilişkiler içinde bulması"²⁴ tüm değerlerde olduğu gibi estetik anlayış üzerindeki değiştiricilik ve bağıllık hususiyetini bu düşünce açısından ortaya koymaktadır.

İşte bu ve buna benzer daha birçok gösterilebilecek örnekler her çağın ruhunu yansıtan bir güzellik anlayışının varlığını²⁵, aynı zamanda bunların zamana ve şartlara göre değişime maruz kaldığını/kalacağını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, üretim güçlerini ellerinde bulunduranların toplum üzerindeki tüketime yönlendiricilikleri, her şeyi metalaştırma süreci, kitle iletişim araçlarının aktiviteleri, küreselleşmenin tek bir dünya kültürünün oluşumuna yataklık etmesi gibi hususiyetlerden bağımsız bir değer anlayışını düşünebilmek mümkün değildir.

²¹ M. Kagan, *Estetik ve Sanat Dersleri*, (Çev: Aziz Çalışır), İmge Kitapevi Yay., Ank., 1993, s.136.

²² *A.g.e.*, s.46.

²³ Tülay Toprak, "Sanat ve İdeoloji", *Anadolu Sanat*, AÜGSF Dergisi, S: 3, Eskişehir, 1995, s.150.

²⁴ Louis Althusser, *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, (Çev: Yusuf Alp-Mahmut Özışık), İletişim Yay., İst., 1991, s.s.51-52.

²⁵ Fatma K. Barborosoğlu, *Modernleşme Sürecinde Moda ve Zihniyet*, İz Yay., İst., 1995, s.123.

Aslına bakılacak olursa estetik kavramı günümüzde felsefenin bir alanı olarak kabul görmekte ve “ Yunanca *aestheticas* kelimesinden türetilen ve duyum, duyulan, algı ile algılamak gibi anlamlarıyla anlaşılan”²⁶, buna bağlı olarak değerlendirilen bir kavramdır. Bu itibarla “dar anlamıyla yalnız bir değer felsefesi, bir değer bilimi olarak anlaşılabilir, sınırları içerisinde güzellik değeri gibi , yüce, trajik, komik, zarif, ilginç, çocuksu, ve hatta çirkin değeri bile girmektedir.”²⁷ Ancak, toplumun çok büyük bir kısmını oluşturan bireylerin, bahsi geçen kavrama yükledikleri anlam takdir edileceği üzere genellikle ‘güzellik’ ile eşdeğerdedir. Sadece bu bile estetik kavramının başka başka anlamlarla kullanılabileceğinin, içeriğine değişik anlamlandırmaların eklenebileceğinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Farklı yönlerde ele alınabilmesinin temeli bir anlamda Platondan kaynaklanmaktadır. Bunun sebebi ise onda “güzel ile iyinin bir arada bulunması ve birlikte kullanılması” yatar.”²⁸

İşte bu noktadan hareket edecek olursak, ahlak yargısı ile estetik yargıların aynı şekilde değerlendirilmesi gibi bir sonuca ulaşmaktayız. Peki böyle bir bağlantı nasıl olmaktadır?

1.1.4. Estetik ile Ahlak Arasındaki Bağlantı

Hem bu iki yargının özdeşleştirilmesi hem de estetik yargının belli kriterlere bağlanması, bunun evrenselleştirilme çabası; güzelliğin temel kriterlerinin başında dile getirilen ölçülülük, oranlılık (yani bir anlamda simetri), çalışmamızın çekirdeğini oluşturan temel gösterge ‘güzellik yarışmalarında’ birçok problem oluşturmaktadır. Matematiksel simetri güzelliğin belirleyicisi olarak düşünüldüğü zaman, ‘nesne’ olarak güzel veya çirkin yargısı, yaratılan sanat eseri için düşünülebilir. Ve fakat, kendi simetrik yapısını belirleme imkanına sahip olmayan insanın metalaştırılarak böyle bir simetriye göre değerlendirilmesine ne demeliyiz? Salt nesne olsaydı sorun yok ama kendi çabasından kaynaklanmayan bir payenin taçlandırmak suretiyle verilmesi ne

²⁶ Selçuk Mülayim, *Sanata Giriş*, Bilim Teknik Yay., İst., 1994, s.28.

²⁷ İsmail Tunalı, *Estetik*, s.15.

²⁸ Hasan Yıldız, “Platon’da Bir Estetik Sorun Olarak İyi ve Güzel”, *DPÜSBD.*, Sayı: 6, Kütahya, 2002, s.398.

kadar ahlaki, ne kadar ticaridir? Aynı zamanda iyi ile güzelin özdeşleştirilmesine ne kadar uygundur? Değişim, burada da karşımıza çıkmaktadır.

İki yargının yıllardır süren birlikteliği varlığını –sonradan değişime uğramakla birlikte- sürdürmektedir. Çünkü her ikisinin de kaynağı insan ruhunda, varlığında bulunmaktadır. Aynı zamanda güzellik bizi gündelik yaşamın acı ve katılıklarından, kuşku ve bekleme/bekletilmelerinden, korku ve umutsuzluklarından kurtararak huzur ve rahatlık verir. İşte bu ruhsal huzur ve rahatlık, ahlakın daima varmayı amaçladığı bir erek olarak karşımıza çıkmaktadır.²⁹ Bir yandan bu şekildeki birliktelikten bahsederken, öbür yandan da özellikle sanat eseri için geçerli olabilecek bazı ayrılıklardan da bahsedilmektedir. Mesela Nejat Bozkurt şöyle bir alıntı yapmaktadır: “Ahlaka hizmet kaygısı sanata zarar verir.”³⁰ Sanat, estetik bir amaç güdüyorsa ve bunun ahlak ile herhangi bir bağlantısı bulunmamalı ise bu durum estetik yargının temel sözcüğü olan ‘güzel’in tayini ve tasnifi için de geçerli görülebilmeye yol açar ki, bahsedilen ayırımı ortaya koyar. Yine estetik yaşantının, kullanma, sahip olma, tüketme ve ahlaki açıdan yargılama gibi davranışları dışarıda bırakacağı³¹ ifadesi ahlak ile estetik arasında olumsuz bir ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır. Öyleyse konumuzun çekirdeğini güzellik yarışmalarının oluşturması nedeniyle, güzel kavramı çerçevesinde çalışmamızın estetik ile bağlantısını kurabilirken ‘ahlak bu işin neresinde?’ diye düşünmek zorunda kalmaktayız. Bunu şu şekilde açıklayabiliriz: Biz süje olarak estetik obje ile yalnız ilgi kurmakla kalmaz, bu objeye bir değer yükleriz. Yüklediğimiz değer, sadece objenin bir yönüyle ifade edilebilecek bir şey olmayıp, bir değer başka bir yönüyle başka bir değer ile muadil olması demektir. ‘Güzel’ olanın ‘iyi’ ile eşleştirilmesi, sonu ‘trajik’ biten bir olayda yaşananların ‘ahlaki’ olmayan işler nedeniyle gerçekleştiğinin sorgulanması, estetik anlamda ‘simetriye’ uygun oluşturulmuş bir yapının, ‘doğru’ yapılmış bir yapı olarak değerlendirilmesi gibi. Bunun yanı sıra, estetik birlikteliğinin haricinde güzellik yarışmaları, ilk ortaya çıktığı andan itibaren ulaşmaya çabaladığı amaç ile ve toplumsal değişimdeki rolü itibariyle, özellikle Kadın’ın algılanışındaki etkileri yüzünden başlı başına ahlaki değer yargısıyla ilintilidir.

²⁹ İsmail Tunalı, *Estetik*, s.s.133-136.

³⁰ Bozkurt, a.g.e., s.24.

³¹ A.g.e., s.42.

Öyleyse, böyle bir çalışma için ahlak ne anlam ifade etmektedir? Sorusuna cevap aramalıyız,

1.2. AHLAK

1.2.1. Ahlak'ın Niteliği

Toplumsal yaşam alanında her bir bireyin davranışlarını değerlendiren, bireylerin oluşturdukları kurumların ve işleyişlerinin nasıllığını belirleyen, tam anlamıyla eylemler sonucunda bir yargıya ulaşılabilir bir değerler silsilesidir ahlak. Bu itibarla, toplumun kitlesel hareketlerini de her bir ferden davranışlarını da gözetmekte, kimi zaman toplumun yazılı olmayan hukuku ile değerlendirilip etiketlenmektedir, kimi zaman da toplumun oluşturduğu ve yetkilendirdiği devlet kanunlarıyla bir yargıya ulaşılmaktadır. Bununla birlikte unutulmaması gereken önemli bir nokta, bahsi geçen ahlak değer yargısının sadece bu şekilde ele alınamayacağı ve de tüm değerlerde olduğu gibi değişime maruz kalacak olmasıdır.

Dünya coğrafyası üzerindeki tüm toplumların aynı durum karşısında aynı ahlaki değerlendirmeyi yapması düşünülebilir mi? Bir grubun 'doğru' dediğine diğeri 'yanlış' der mi? Böyle bir değerlendirme insanoğlunda ne şekilde var oldu, kaynağı doğuştan mı gelmekte yoksa toplumdaki kaynaklanmaktadır? Ahlak yargısında var olan kriterlerden bahsedilebilir mi? Bu kriterlerin, toplumsal değişme sürecine maruz kalması onu ne yönde etkilemektedir? Modernizm ve küreselleşme hareketleri ahlak yargısında objektiviteyi sağlamakta mıdır? vb. soruların cevapları, bizim bu çalışmamızda hem iyi ile güzel birlikteliği için hem de toplumsal değişme sürecinde yaşananların ahlaki açıdan değerlendirilebilmesi ve bunun güzellik yarışmalarından yola çıkılarak ele alınması nedeniyle ayrıcalıklı bir durum arz etmektedir.

Ansiklopedik bir tanımın ortaya konulması gerekirse, " İnsanın doğuştan getirdiği veya sonradan kazandığı bir takım davranış şekilleri, huylar, tavırlar, manevi

seviyesini belirten tutum ve tavırlar”³² şeklinde anlayabileceğimiz ahlak, başta filozoflar olmak üzere birçok insanın açıklama çabası içinde bulunduğu bir kavramdır. Bunun yanı sıra nasıl ki ‘Estetik’ ile ‘Güzel’ arasında bir ayrım yapabiliyorsak, ‘Etik ile Ahlak’ arasında da benzer bir ayrım yapmak zorundayız ve bu konuda etiğin, ahlak üzerine düşünme etkinliği olduğunu ve bu olguya yönelen bir felsefi disiplinin adı olduğunu belirtmemiz gerekir.³³

Bunu biraz daha ayrıntılandırmamız gerekirse, ‘ahlak kavramının kullanılan üç farklı anlamı göz önünde bulundurulabilir. Bunlar:

* Kişiler arası ilişkilerde davranışlara ilişkin geçerli (bir grupta belirli bir zamanda ya da genel olarak geçerli olan, olması istenen) çeşitli değer yargıları sistemleridir ki, toplumsal açıdan bireylerin günlük hayatta karşı karşıya oldukları ve uymadıkları oranda tepkiyle karşılaşabildikleri temel yargılardır. Toplumun alışageldiği hayat düzeninin devamlılığı açısından varlıkları ve süreklilikleri önemli addedilir.

* Ahlaktan bağımsız olarak ‘ahlaklılık’ anlamında kullanılmaktadır ki bu da doğrudan ya da dolaylı olarak ‘insanın değerinin bilgisinden’ çıkarılan ilkelerin dile getirdiği bir şeydir. Yani kavramın ilk anlamında kabul edilen yargıların, bireysel ve toplumsal olarak uygulandığı taktirde ifadesini bulan bir adlandırma şeklinde düşünülmektedir. Doğal olarak aksine davranışlar ‘Ahlaksızlık’ kavramı ile karşılanır.

* Etik ile birebir örtüşen yanı ki bu da kavramımızın hem birinci hem ikinci anlamları yerine de kullanıldığını söylemeye çalışmaktadır.³⁴

Tabi kavramın birbiri yerine kullanılabiliniyor olması çeşitli kargaşalara yol açmaktadır. Bizim çalışmamızın ahlak kavramıyla ilişkisi, bu kavramın ilk ve üçüncü anlamları çerçevesinde düşünülmelidir. Yoksa gerçekleşmiş ve halen de devam eden

³² Meydan Larousse, C: I, Sabah Gazetesi Yay., İst., 1992, , Ahlak Maddesi.

³³ Taşkın Takış, “Etik”, Doğu Batı, S: 4, Felsefe Sanat Kültür Yay., Ank., 1999, s.5.

³⁴ Harun Tepe, “Bir Felsefe Dalı Olarak Etik”, Doğu Batı, S: 4, Felsefe Sanat Kültür Yay., Ank., 1999, s.s.10-12.

değişim sürecinde ortaya çıkan durumun yukarıdaki ikinci anlamında olduğu gibi adlandırma gayemiz olmayacak ama üzerinde düşünülmesi için bazı sorular soracağız.

Geldiğimiz yere kadar ahlak kavramının, o toplum içerisinde yaşayan insanlar için doğru olduğu düşünülen ve bir anlamda miras olarak devralınan davranışlara insanları sevk eden bir yargı sistemi olduğunu açıklamaya gayret gösterdik. Elbette ki bunun göstergesi de eylemler olacaktır. Eylemlerin konumlanması, sonuçları ve bu sonuçlardan etkilenenlerin kimler oldukları da ahlaki yargının doğrulamasında çok önemlidir. Eylemi, etik ilişkinin tek ipucu olarak gösteren Bedia Akarsu, temel olarak iki unsur üzerinde durmaktadır. Bunlar, değerlendirme ve ilgili yaşam aşamalarıdır.³⁵ Bu yüzden işin içerisine sadece bireyin kendisi girmemekte, kişinin kendi eylemini başkalarının da yarar ve zararını, ilgi ve niyetlerini de gözetmesi durumu söz konusu olmaktadır.³⁶ Değerlendirmeyi eylemin yaşanılan toplumsal örüntüde ne şekilde karşılandığını görebilmek olarak, ilgili yaşam aşamalarını da diğer bireylerin etkilenme durumları olarak görmemiz doğru olacaktır. Ahlakın niteliği ile ilgili olarak ileri sürdüğümüz bu görüşleri filozofların görüşleri de desteklemektedir. Şöyle ki; Hume için ahlak, bireyin kişisel bir görüş sorunudur. Kant ise etik içinde genelgeçer ve zorunlu bir şekilde var olan bir yasadan söz etmektedir. Fichte, ahlakın kaynağını ve yasanın varlığını Tanrıya bağlamaktadır. Schopenhauer, kötülükten ve acıdan uzaklaştırıcı çaba olarak kullanmakta, Nietzsche ise efendi ve köle ahlakı ayırımına gitmekteydi. İlki (Efendi ahlakı), her türlü eyleminin sınırlandırmadan ve gizlemeden ortaya koyan, diğeri (Köle ahlakı) ise oluşturdukları dinlere bağlı bir şekilde günah, kötü vs. kavramlarla hareket eden şekilde açıklanabilir. Felsefi akımlardan Marksizim de ahlaksızlığı oluşturan koşulların yokluğu ahlaksızlığı da yok eder. Yani sınıf çatışmalarının bitmesiyle komünist düzene geçiş gerekmektedir. Belki de en çok üzerinde durulacak olan Pragmatizm ise insanın gereksinim ve ihtiyaçlarının karşılanmasını ahlakın temel hedefi olarak görmektedir.³⁷

³⁵ Bedia Akarsu, **Ahlak Öğretileri**, Remzi Kitapevi, İst., 1982, s.21.

³⁶ Herald Delius, <http://www.felsefeekibi.com/site/default.asp?PG=581>, 04.05.2003.

³⁷ <http://www.filozof.tripoid.com/etik.html>, 22.03.2002.

Bireyin davranışlarını sadece ve sadece kendisini ilgilendirmiyor ve toplumun geri kalanını da etkiliyorsa bu bize ahlak yargısının toplumsal açıdan nasıl anlamlandırılması gerektiği sorununu beraberinde getirmektedir.

1.2.2. Ahlakın Toplumsal Yönü

“Ahlak, genellikle içinde yaşanılan topluma karşı ortaya çıkan yükümlülük” olarak da tanımlanmakta, “ahlaki bilinç ve davranış, birey ve toplumun karşılıklı etkileşimi içerisinde gelişir”³⁸ denilmektedir. Bu ilişki bireyin ahlaki değer yargısını oluşturmakla birlikte, bireylerdeki değişim zarureti belli oranda toplumun genel yargısını da etkilemektedir. Bu yüzden, önceki bölümlerde söylediğimiz üzere değer yargısının kültürle bağlantısı burada da karşımıza çıkmaktadır. Bir toplumun kültürü, tarihi geçmişi, sosyal ve ekonomik özellikleri, din ve diğer etkenleri, değerleri ve ahlak yargılarını biçimlerler. Bu özellik onların toplumsal yönünü oluşturur. İşte bizim çalışmamızın ahlak ile ilgisi tam da buradadır. Gerek bireyi ve gerekse toplumu etkisi altına almış bulunan her çeşit oluşum veya düşünce/olgu, eylemlerin, bu ahlaki gelişim içindeki rolü ne olmaktadır? Ahlak anlayışlarının yönlendirilerek değişimin ahlaki bir çerçeveye büründürülebilmesi söz konusu olamaz mı? Güzellik yarışmaları açısından bakacak olursak, toplumun karşısında cereyan eden bir olgu olması noktasından hareketle, meydana getirdiği etkiler bakımından topluma karşı sorumluluk sahibi olarak değerlendirilmeli ve bu yüzden de ahlak ile ilintisi kurulmalıdır.

Şafak Ural’ın yaptığı bir tespit de şöyle denilmektedir:

“ Değerleri ve Ahlakı ilginç kılan özelliklerden birisi, sanıyorum hem son derece sübjektif özellikler taşıması; öte yandan birey ve toplum üzerinde hayret verici bir etkiye sahip olması, bu yönüyle objektif bir nitelik taşımasıdır. Bir toplumu karakterize etmek, toplum ve birey arasındaki ilişkiyi anlayıp aydınlatmak için değeri ve ahlakı , onların bu sübjektif ve objektif yönlerini çıkış noktası almakla sağlanabilir.”³⁹

³⁸ Nermin Çiftçi, “Kohlberg’in Bilişsel Ahlak Gelişimi Teorisi: Ahlak ve Demokrasi Eğitimi”, *Değerler Eğitimi Dergisi*, Cilt I, Sayı I, Ensar Yay., İst., 2003, s.45.

³⁹ Şafak Ural, “Epistemolojik Açıdan Değerler ve Ahlak”, *Doğu Batı*, S: 4, Felsefe Sanat Kültür Yay., Ank., 1999, s.43.

Yine, ahlak kavramlarının toplumsal hayat formları içerisinde cisimleştiriliyor olması ve kısmen de olsa bu formların kurucusu olmaları⁴⁰ bize ahlakın ne kadar da toplumla ilintili bir kavram olduğunu açıkça belirtmektedir. Yine paradoksal olarak, toplumsal koşulların, yargı yeteneğinin gelişmesini hızlandırabiliyor ya da yavaşlatabiliyor olması hatta durdurabilmesi⁴¹, bireyin ahlak yargısını içselleştirirken birinci derecede topluma bağlı olmasını gözler önüne sermesi bakımından önem arz etmektedir. Buna bir örnek vermemiz gerekirse, siyah-beyaz ayrımının kabul gördüğü yıllardaki Amerikan toplumu, var olan olguyu ahlaki açıdan nasıl değerlendirmekteydi? Peter L. Berger, yazdığı bir makalede bunu arkadaşına sormuş ve şöyle bir cevap almıştır: "Omuzlarını silkerek cevap verdi: "Bu sistemde gayet iyi durumdayım ve hissi veya fiili bakımdan kendi çıkarlarıma karşı olmamı gerektirecek bir sebep göremiyorum"⁴². Yine aynı yazar, bu sefer toplumun kültürünün bireyleri etkilemesine örnek olarak şöyle bir örnek vermektedir.

"Yıllardır Lâtin Amerika'da ve başka yerlerde Kurtuluş Teolojisi (Liberation Theology) taraftarlarıyla birçok tartışma yaptım. Bu hareketin ortaya attığı, en iyi bilinen deyimlerden biri fakirler lehine tercihli seçim (the preferential option for the poor) deyimidir. Değişik yazarlar bu deymi ufak-tefek anlam farklarıyla kullanmakla beraber, bunun altında yatan ahlâki önerme gayet açıktır: Bir toplum ve onu değiştirmek isteyen her proje hakkında yargıda bulunmanın ölçütü fakirlerin durumu olmalıdır. Bu çerçevede söz konusu önerme, şüphesiz, Yeni Ahit'in veya Hristiyan ahlâkının uzun geleneğiyle ilgisi dolayısıyla da kuvvetlenmektedir"⁴³.

Bahsi geçen ilişki, doğal olarak toplumsal değişme sürecinde de geçerlidir. Ancak bu değişimde bazı farklılıkların varlığı dikkat çekicidir. Şöyle ki; cemiyetlerde çeşitli nedenlerden kaynaklanan – ki bunlar cemiyetlerin değişik inanç esaslarına ve dünya görüşlerine bağlılıklarından, adetlerinden kaynaklanır – farklı ahlaki anlayışların varlığı doğal olarak karşılanmaktadır. Fakat, aynı cemiyette çağdan çağa değişen ahlak

⁴⁰ Alasdair MacIntyre, *Etik'in Kısa Tarihi*, (Çev: Hakkı-Solmaz Zelyüt Hünler), Paradigma Yay., İst., 2001, s.5.

⁴¹ Çiftçi, a.g.e., s.51.

⁴² Peter L. Berger, "Ahlak Yargısı ve Siyasal Faaliyet", http://www.geocities.com/dehlizcjbnet_yazilar/Yazilar/AhlakYargisiveSiyasalFaaliyet.htm, 14.11.2002

⁴³ A.g.m., 14.11.2002.

değerleri, cemiyetin köklü anlayışlarındaki bir değişmeyi gösterir.⁴⁴ Öyleyse ahlak yargısının değişimle alakası üzerinde durulması gereken önemi haizdir.

1.2.3. Ahlaki Yargılarda Görülen Değişim

Tekil olarak kendi hayatımızı göz önüne aldığımızda, çok da fazla gerilere gitme ihtiyacı olmadan, gerek kendi eylemlerimizin, gerekse bizim değerlendirdiğimiz eylemleri ahlaki biçimde nasıl gördüğümüzün düşünülmesi, konumuzun açıklığa kavuşturulmasında çok faydalı olacaktır. Basit bir şekilde ifade edelim ki, genel olarak Türk toplumunda çocuğun, babasının yanında sigara içmesi, bacak bacak üstüne atması ve yatması, 'kötü' olarak karşılanmakta, ahlaki eksiklik olarak değerlendirilmekteydi. Daha da uç nokta olarak kız çocuklarının okula gönderilmesi, ahlaki yozlaşmanın başlangıcı sayılmaktaydı. Günümüzde ise yine istisnalar olmakla birlikte yukarıda bahsi geçen davranış şekillerinin 'normal', 'doğal' olarak isimlendiriliyor olması, çeşitli kampanyalarla kız ailelerinin okutmaya yönlendirilmesi ve büyük başarıların elde edilmesi, yargının negatif yönden pozitif doğru bir değişmeye uğradığının göstergesidir. Bununla birlikte, günümüzün sorunlarından olan eşcinselliğe bakış da aynı şekilde ele alınabilir. "Eşcinsellik eski Yunan medeniyetinde cinsel içgüdünün doğal ifadesi olarak kabul edilmenin yanında, Heteroseksüel aşktan daha içten ve hassas olarak görülüp övülmekteydi. Romalılar arasında açık ve yaygın olarak görülmekteydi."⁴⁵ Daha sonra özellikle semavi dinlerin etkisiyle tam olarak ve kesin bir yasakla karşılanmış ve çok büyük bir ahlaksızlık olarak kabul edilmiş, sapıklık şeklinde isimlendirilmiştir. Her bir semavi dinin kutsal kitaplarında ayrıntılı olarak görülebilir. Batıda yaşanan aydınlanma hareketiyle kilise baskısı altından büyük bir silkinişle kalkan ve akli, hür iradeyi ve bilimi, bireyselliği yücelten toplumlarda, seküler hayat tarzının kamusal alana yayılması ve inanç kısmının bireyle sınırlandırılması anlayışından hareketle eşcinselliği ahlaki yargılamalardan öteleyerek, bunun insanın temel hak ve özgürlüğü ve tercihin bireyselliği şeklinde anlaşılması gerektiği üzerinde durulmuştur. Bazı ülkelerde homoseksüel evliliklerin kanuni hale getirilmesi bunun en açık ifadesidir.

⁴⁴ Şener, a.g.e., s.260.

⁴⁵ Ümit Ünal, "Cinsellik, Ahlak, Biyoloji",

<http://araf.net/dergi/sayi02/metinler/umna1952.html>. 14.11.2002.

Toplumsal değişimle birlikte değerlerin de değişiminin yanında, farklı coğrafyalardaki değerlerin aynı zaman diliminde birbirinden değişik olması durumu da açıklığa kavuşturulmalıdır. Bir Fransız atasözü, “Pirene dağlarının bu tarafında doğru olan, öteki tarafında yanlıştır.”* demektedir. Aynı şekilde İslam felsefecilerinden İbnü-l Arabi, “Ahlak hükümleri, yerlerin değişmesi ile değişir.”⁴⁶ demiştir. Değerlerin, özellikle de güzel ve doğru değerlerinin bir toplumun kültürünün parçası olduklarını tekrar hatırlayacak olursak, karşı karşıya olduğumuz farklılığın doğal bir değişiklik olduğunu anlamamız gerekmektedir. Toplumumuz içerisinde dahi bunun canlı şahidiyiz. İç Anadolu ve Anadolu’nun doğusunda kardeş çocuklarının birbirleriyle evlenebilmeleri töre bakımından olur alabilmekteyken, batıya doğru bu evliliğin iyi karşılanmadığı bilinen bir gerçektir. Geçmişe dönük olarak da İslam öncesi Araplarda, babanın ölümünden sonra çocuklardan birinin anne ile evlenebilmesine rağmen, Türklere böyle bir şeyin olmadığını bilinmektedir.⁴⁷

Elbette, Sosyoloji için bir dönüm noktası olarak görülen ve günümüzü şekillendirmesi açısından çok büyük bir etkiye sahip olmuş bulunan sanayi devrimi, başta ekonomik ilişkilerin tüm dünyayı pazar olarak görmesi ve ulaşması, ardından da buna bağlı olarak üst yapının da değişiyor olması çağımızın bariz şekillendiricilerindendir. Bu itibarla, ürettiği ‘meta’yı gelişen teknolojinin de devreye girmesiyle dünyanın bir diğer ucuna kadar ulaştırabilen insanların, değerleri de aynı şekilde ulaşmaktadır. Tüm dünyanın haberinin olması bizim konumuz olan ahlak yargısının da evrenselliği üzerinde sorunlar oluşturmuştur. Yani, belli bir çağda, sınırları belirli bir toplumda geçerli olan bir yargı, bahis konusu olan süreçte toplum açısından yeterli görülebilirken, çeşitli yollarla -ki en başta kitle iletişim araçları gelmektedir- birbirlerinden haberdar olan toplumların etkileşimleri sonucu, ahlaki yargının lokal ya da evrensel (küresel) olup olmaması, birinin bir eylem hakkındaki değerlendirmesinin başka birinde de aynı şekilde olup olamayacağı, eğer farklı bir yargıya ulaşılacaksa hangisinin yargısının daha çok önde olacağı, bunların haricinde her ikisinin de dışarıda tutulması ile birlikte tüm insanoğlunun ‘bir’ yasaya ulaşabilmesi için aynen estetik

* Ce qui est vrai ici-bas, est faux au de-la des Pyrénées.

⁴⁶ Nihat Keklik, *Felsefenin İlkeleri*, İÜEF Yay., İst., 1987, s.233.

⁴⁷ *Doğuştan Günümüze Büyük İslam Tarihi*, Esra A.Ş., Konya, 1994, s.169.

yargısındaki gibi bir kritere de ahlak yargısında ihtiyacın duyulması gibi konularla yüz yüzeyiz. Tüm bu konuların söz ettiği en temel durum anlaşılabilir üzere ‘değişimin irdelenmesi’ nin zorunluluğudur.

“Öyle eyle ki, senin istemenin öznel ilkesi hep aynı zamanda genel bir yasa koymanın ilkesi olarak da geçerli olabilsin.” ve “Ancak aynı zamanda genel bir yasa olmasını isteyebileceğin öznel ilkeye göre eylemde bulun! Kişinin –eyleminin arkasında yatan- istemesinin öznel ilkesi ancak bu nitelikte ise o eylem ahlaklı, özgür bir eylem olabilsin.”⁴⁸ Cümleleri bize sadece akılla elde edilebilecek ve aynı zamanda her daim geçerliliği bulunacak bir kriteri ortaya koymaktadır. Kant’ın tek bir cümle ile ortaya koyduğu bu görüş, kendi içinde ahlak yargısının evrenselliğini ortaya koymakla birlikte bir anlamda da günümüz globalizasyonunu da değerler açısından ele alabilmemize olanak sağlamaktadır. ‘Eylemin arkasında yatan’ ifadesi de bizce çok iyi anlaşılması gereken bir duruma işaret eder. Gerçekleştirilen eylemlerin arkasında yatanların da açıklığa kavuşturulması, hatasız bir yargıya varmamız için gereklidir. Çünkü, yaşadığımız süreç, enformasyon çağının gerektirdiği hızlılıkta ve yoğunluktadır. İnsanların ayakta kalabilmeleri de bu yoğunluğa ayak uydurabilmeleriyle mümkün gözükmektedir. Arka plandan da kastımız, enformasyonun kimi zaman ‘dezenformasyon’ şeklinde de kullanılabileceği/kullanıldığı, bu nedenle gerçek ve sağlıklı yargı için her şeyin bilgisine ihtiyacımız olacağıdır. Yukarıdaki ilkeye göre de bu ‘ahlaki’yi ahlak dışı yapabilecek bir unsurdur. Güzellik yarışmalarının da bizim bildiğimiz ve bize izlememiz için sunulan bir yönü vardır. Bu anlamda bizim de yapmamız gereken şey, arka planının da görünen yüzü ile birebir uyumlu olup olmadığına bakmaktır.

Yine değişimle bağlantılı olarak, Kohlberg’in Ahlak gelişimi Basamaklarından bahsetmemiz uygun olacaktır. Özetle Kohlberg, bu basamakları, Gelenek Öncesi, Geleneksel ve Gelenek sonrası şeklinde üçe ayırmış ve her üçünde de ‘Doğru Nedir?’, ‘Doğru Davranmanın Sebepleri’ ve ‘Toplumsal Perspektifi’ni ortaya koymuştur. Aşağıdaki tabloda bunlar kısa bir şekilde açıklanmaktadır:

⁴⁸ Akarsu, a.g.e., s.18.

Tablo.1.1. Kohlberg'in ahlak gelişimi basamakları

GELENEK ÖNCESİ			
	Doğru Nedir?	Sebepler	Toplumsal perspektif
. Basamak	Ceza Gerektiren Kurallara Uymak	Cezadan Uzak Durma	Eylemler Dış Görünüşe Göre Yargılanır
. Basamak	Kurallara Çıkara Uyuyorsa Uymak	Kendi ihtiyacını Tatmin Etmek	Adaletin Göreceli Olduğunu Kabul Eder.
GELENEKSEL			
	Doğru Nedir?	Sebepler	Toplumsal perspektif
. Basamak	Rol Beklentilerine Uygunluk İyi Olmak Önemlidir	Herkesin Gözünde İyi Olma Duygusu	Ortak Duygu Ve Beklentilerin Bilincinde
. Basamak	Üstlenilmiş Görevleri Yerine Getirmek	Vicdanımıza Uygun Davranmak	Sistemin Perspektifini Üstlenir
GELENEK SONRASI			
	Doğru Nedir?	Sebepler	Toplumsal perspektif
. Basamak	Değerler Çoktur ve Hepsine Saygı Gösterilmelidir	Özgürce Yükümlülüklerle Bağlılık	Değişik Perspektiflerin Birleştirilmesi
. Basamak	Etik Prensipler İzlenir	Evrensel Ahlaki Prensiplere Bağlılık	Rasyonel Bireyin Perspektifi

Kaynak: Nermin Çiftçi, "Kohlberg'in Bilişsel Ahlak Gelişimi Teorisi: Ahlak ve Demokrasi Eğitimi", *Değerler Eğitimi Dergisi*, Cilt I, Sayı I, Ensar Yay., İst., 2003, ss. 61-63.

Bireylerin zihinsel gelişiminde ahlak yargısının izlediği seyir Kohlberg tarafından bu şekilde sunulmaktadır. Ancak seyrin nereden nereye doğru gerçekleştiği, evrenselliğe giderken bir yandan da 'arka planda' gelenek öncesine doğru bir gidişin yaşanıp yaşanmadığı sorusunun muhakkak üzerinde düşünülmesi gerektiğini söylemeye çalışmaktayız.

1.2.4. Ahlak ve Sistemin Devamlılığı

Toplumsallaşma sürecinde bulunan ve hayatı anlamaya yönelik her alanda yaşamıyla eğitim alan bireyin, içinde var olduğu toplumun değerleri hakkında bilgi

sahibi olması, çocukluktan sonraki süreçlerde yaşına göre değerlere tabi tutulması ve kendisinden tam bir itaat beklenilmesinin sebebi nedir? Elbette sosyal bilimler açısından böyle bir sorunun tek cevapları olamaz. Ancak bir açıdan yaklaşılabilecekse kanaatimizce bu, toplumsal yapının gerektirdiği düzenin (sistem) devamlılığını sağlamak amacını gütmesidir. İnsanların yaşam şekillerini ve anlayış tarzlarını düzenleyen başta ahlak olmak üzere tüm değer yargıları, bu sistemin kendiliğinden devamlılığını sağlarlar. Her ne kadar gönüllü bir şekilde gerçekleştirilen denetleme ve denetleyicilerin en büyük silahı olan müeyyide “ayıp”⁴⁹’in varlığı söz konusuysa da bireyler, eğitimleri gereği neyin bahsi geçen müeyyideyi gerektirdiğini bilmektedirler.

Daha önce de bahsettiğimiz değerler değişiminin imkansız bir hadise olmaması, değişimin yaşanabilirliği ve kültür değişmelerinin de ‘serbest’, ‘zorlanmış, empoze’⁵⁰ şeklinde temelde ikiye ayrılması, ahlakın da kültürel bir öge olması bakımından aynı şekilde değişime uğrayacağı konusunu gündeme getirmektedir. Bu itibarla, serbest değişimi sistemin kendi kendisinde gerçekleşen bir durum olarak algılayabilmemiz mümkündür. Yani toplumsal sistem, toplumsal yapıdaki unsurları, çağın gereklerine adapte etme durumunu harekete geçirmiş, kimi zaman da aksayan yönlerinin oluşturduğu problemleri ortadan kaldırmanın yolu olarak devinimi başlatmıştır. Değerlerin değişiminin ikinci seçenek şeklinde gerçekleşiyor olması, değer yargısını ‘değer’ olmaktan çıkartıcı bir mahiyet arz etmektedir. Şöyle ki, daha sonra ayrıntılı bir şekilde üzerinde durulacak olan küreselleşme olgusu, yaşadığımız çağdaki en önemli etkileyici hususiyettir. Küreselleşme olgusunun tetikleyicisi ve aynı zamanda gerek ekonomik gerekse kültürel yönden besleyicisi konumunda bulunan ülke ve medeniyet(ler)’in tüm dünyadaki etkileri tabii olarak ahlak yargısı için de gerçekleşmektedir. Bu yüzden, sistemi lokal olarak alacak olursak, küreselleşmenin müdahalesini sistemin devamlılığı adına mı yoksa devamsızlığı adına mı algılamamız gerektiği öte yandan da global olarak alacak olursak global sistemdeki değer belirleyicilerin, kriterlerde ne kadar tarafsız olduklarının iyice anlaşılması gerektiği ve ayrıca devamlılığını sağlayacakları sistemde bir lokalizasyona doğru yönelişin var olup olmayacağı gibi soruların cevapları da her alanda tartışılmaktadır. Her ne şekilde

⁴⁹ Keklik, a.g.e., s.234.

⁵⁰ Şener, a.g.e., s.123.

anlaşırsa anlaşılın var olan/olacak şey sistemdir ve ahlak yargısı bu sistemin devamlılığı için değişecektir ve aynı zamanda sistem devamlılığı için değiştirecektir.





İKİNCİ BÖLÜM
TOPLUMSAL DEĞİŞME AÇISINDAN MODERNLEŞME, KÜRESELLEŞME
VE KÜLTÜRE YANSIMALARI

2.1. BATIYA YÖNELEN DEĞİŞİMDE KADIN

Bugüne kadar bir çok bilim adamı tarafından ele alınmış olan bu konu çok geniş ve bir o kadar da karmaşık bir bütünlüğe sahiptir. Ancak yaşadığımız hayatı anlamlandırabilmenin yolu da toplumsal değişmeyi bilmekten geçmektedir. Bu konuda yapılan çalışmalar tabii olarak muhtelif sonuçlar içermektedir. Ama olgunun temeli genelde aynı şekilde ve tek bir muharrike dayandırılabilir: *Ayakta kalmak*. İnsanoğlunun doğanın zor şartlarına göğüs germekten öteye geçip, onu denetimine almak istemesi ve ondan daha fazla faydalanabilme düşüncesi zaman ve zemine göre yeni bir konumlanmaya ihtiyaç bırakmaktadır. Doğadan başka işin içerisine 'öteki' toplumlar da girmeye başlayınca elbette üstünlüğün göstergesi ve devamlılığını sağlayıcı unsur olan 'alet' i geliştirme çabaları teknolojik değişimleri beraberinde getirmektedir. İnsanların toplumsal yapılarını buna göre konumlamaları da değişimin nasıl gerçekleştiğinin ipuçlarını vermektedir. "Toplumsal olay ve varlıklar insanların bir araya gelmeleriyle meydana çıkar. Toplum, kültür, yapı, ilişki, etkileşim gibi süreçler hep bu bir araya gelmenin sonucu ortaya çıkmıştır."⁵¹ Bir araya gelmeyi tetikleyici unsur da ayakta kalma zorunluluğudur.

"Her ne kadar hayatta her şey değişmekte ise de bu terim yalnızca toplumun yapısındaki temel ve geniş değişimleri belirtir. Ailenin örgütlenişindeki, hayat kazanma yollarındaki, dinsel davranışlardaki, insanlar tarafından benimsenen değerlerdeki ve kullanılan teknolojideki değişimler."⁵²

Tanımından da anlaşılabilceği gibi toplumsal değişimin bir unsuru da değerlerdeki değişimler şeklinde ifade edilmektedir.

Kimilerine göre ilk sosyolojinin temellerini atmış olan İbn Haldun, toplumsal değişimin temelini toplumların birbirlerine karşı kurdukları üstünlüğe bağlamaktadır. Yenilmiş kavimlerin giyim, kuşam, mezhep, diyanet ve başkaca hal ve itiyadlarında kendilerini yenen kavim ve hükümdarları örnek edinmelerine sebep olarak

⁵¹ Emre Kongar, *Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği*, Remzi Kitapevi, İst., 1985, s.26.

⁵² Emre Kongar, *Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği*, Remzi Kitapevi, İst., 1985, s.55, 'den naklen, Bernard Berelson ve Gary A. Steiner, *Human Behavior*, Harcourt, Brace and World Inc., New York, 1964, s. 588.

nefsin ve kalbin daima boyun eğdirmiş olanların üstünlüklerine inanması olarak göstermektedir.⁵³ Bu açıklama değişimi göstermekle birlikte, değişimin kendisine alacağı yönü de göstermesi açısından çok önemlidir. Sadece savaşlar açısından da değil, her alanda *üstünlük* burada sözü edilendir.

Çağımız insanının maruz kaldığı doğa ortamı ile ayakta kalabilme ve üstünlük çabalarıyla toplumsal konumlanışı, kaçınılmaz bir şekilde devinmektedir. Devinim kimi zaman doğal, kimi zaman da yapay bir seyir izlemektedir. Hiç durmadan değişen bu nazik ve buhranlı süreç'in temellerinde bulunan nedenlerden birincisi medeniyetimizin bütün unsurlarının kaynağı olan dini, siyasi ve toplumsal inançların kaybedilmiş olması; ikincisi ise ilimlerin ve tekniğin doğurduğu yepyeni yaşama ve düşünme şartlarının meydana gelmesidir.⁵⁴

Inançların toplumsal alandan bireysel alana indirgenmesi, aydınlanma ile başlayan sürecin doğal bir sonucu olarak karşımızda bulunmaktadır. Bu süreçle beraber, değer yargılarının (her tür) temel belirleyicisi ve kurallarının temsilcisi olarak ve inançları temsilen Kiliseye karşı oluşan tavır, kamusal alana yayılmış ve yeniden yükselişin buna bağlı oluşu şeklindeki yeni bir 'inanç' meydana gelmiştir. Önceki hayat tarzından bunalan toplumun, yeni inanca eskisi kadar sağlam bağlanması da doğaldır. Bu düşüncelerin neşet ettiği toplumun 'batı' olarak adlandırılması da vazgeçilen inançlarda farklılıkları olsa dahi benzer sıkıntılardan muzdarip olan başka toplumların, kurtuluşu kendisinden önce devinime geçmiş olan bir örnekten yola çıkarak araması da bugün için hala geçerliliğini koruyan bir önermedir. Süreç içinde artık eski inançlar, yeni durum için yeterli görülmemekte ve dahi engel olarak algılanmaktadır. Bir diğer açı ise, toplumdaki bireylerin farklı nedenlerle toplumsal yapıyı ayakta tutan ve sistemin devamlılığı için elzem olarak görülen değer ve inançlardaki dejenerasyonun/ değişimin devinimi tetikleyici bir unsur olduğudur. İstenilen ya da istenilmeyen olsun bu bir döngüdür.

⁵³ İbn Haldun, *Mukaddime*, C: I, (Çev: Zakir Kadiri Ugan), MEB. Yay., İst., 1986, s.374.

⁵⁴ Gustave Le Bon, *Kitleler Psikolojisi*, (Çev: Tolga Sağlam), Timaş Yay., 1999, s.12.

Bununla beraber var edilen her yeni alet dış dünyaya ve içindeki her şeye karşı yepyeni bir bakışı beraberinde getirmektedir. Bu sadece alet olarak değil, bilimsel alandaki tüm yenilikleri kapsayabilmektedir. Önceki dönemlerde insanlığın en büyük sorununu teşkil eden kimi hastalıklar, artık gündem olmaktan çıkmış, temel ihtiyaç maddeleri ekonomik kalkınmışlıkla eş değer bir biçimde ve beklemeden metrelerle ifade edilebilecek bir yakınlıktan temin edilebilir dahası ayağınıza getirilir olmuş, hayata karşı en büyük üstünlüğün kaynağı olan bilgi, hepimizin yaşadığı üzere tek bir klavye ile elde edilebilen bir hal almıştır. Böyle bir durumda tekniğin ilerlemesiyle toplumda oluşturulan teknolojik gelişmeler beraberinde ona ait olan ideolojiyi de paralelinde getirmektedir. Şayet toplumda eksik olarak görülen şey teknik ise ve toplum bunu kendi içerisinde üretememekteyse, dışarıdan alınan teknoloji genellikle uygun olan ideolojisiyle bir arada gelmektedir.⁵⁵ İşte bu yüzdendir ki toplumsal değişimin yönü araştırma konumuz için belirleyici bir mahiyet arz etmektedir.

Buna iten sebep olarak da hem bireysel hem de toplumsal olarak –toplumsal anlamda yönlendiriciliği aydınların gerçekleştirdiği üzerindeki fikrimizle- empati kurulmasını gösterebiliriz. “Bir kişinin kendisini bir başkasının yerine koyabilmesi ve bu yolla onun duygu, düşünce, tutumları ve yaşantısını anlayabilmesi”⁵⁶ şeklinde tanımlanabilecek olan empati, bizim konumuzla, değişime neden olan amilleri yaşamış ve sonuçlarını almış olanlara benzeme isteği ile alakalıdır. Bu yolla, benzeme isteğini işleten zihinsel süreç olan ‘özdeşim’ ile gereksinimini duyduğu konuda bireysel ve toplumsal anlamda doyurucu bir biçimde yardım alabilmektedir.⁵⁷ Doğal olarak da kendisinde gerçekleşen değişimin yönü, özdeşim kurduğuna doğru olacaktır. Türk toplumunu da bu şekilde fazla tarihsel bilgiye boğmadan değerlendirmemiz gerekirse, özellikle Tanzimat dönemini ve devamla meşrutiyet ve en sonunda Cumhuriyet süreçlerinde, yukarıdaki anlatılanların örneklerini görebilmekteyiz.

Bahsi geçen süreçlerde sadece toplumumuzda değil tüm dünya da 19. yy.ın başlıca değişimleri olan kapitalizm ve sanayi toplumu ayrımı, mülkiyet ve kontrol

⁵⁵ Kongar, a.g.e., s.24.

⁵⁶ Şeref Gülseren, “Eşduyum: Tanımı Ve Kullanımı Üzerine Bir Gözden Geçirme”, *Türk Psikiyatri Dergisi*, 2001, 12(2), s.134.

⁵⁷ A.g.m., s.139.

şekilleri, çalışanların hayat seviyeleri ve vasıf, yeni orta sınıflar, sosyal hareketlilik, eşitliğe yönelme, sosyal çatışmaların devamı ve de çok sınıflı tabakalaşma⁵⁸ yaşanmaya başlanmış, toplumumuz az veya çok, hızlı yahut yavaş biçimlerde etkilenmiştir. Bu anlamda baktığımız yön 'Batı ve Batılı ülkeler' olmuş, dolayısıyla değişimimizin belirleyici unsuru da batı olmuştur. Tam da bu noktada belirtmemiz gerekir ki, daha önce gerçekleştirilmemiş olan 'Güzellik Yarışmaları'nın bir dönemin başlamasıyla birlikte ortaya çıkması ve 'milli' bir dava olarak lanse edilmesinin, önceki toplumsal yapı ile sonraki yapı arasındaki toplumsal değişimin göstergesi olması, bizim çalışmamızın ifade etmeye uğraştığı en temel hususiyettir. Çünkü yarışmalar, mitolojik alt yapısı olarak da, çağdaş görünümü olarak da 'Batı' kaynaklı organizasyonlardır.

Yaşadığımız değişimin öne çıkan bazı ayrıntılarını çeşitli sosyal bilim literatürlerinde bulabilmekteyiz. Ancak yazarlarının kendi görüş açılarından var olan ve olması gereken hakkındaki değerlendirmelerini bulabildiğimiz edebiyat eserlerinden 'roman'lar değişimin en çarpıcı örneklerini vermektedir.

Toplumda bireylerin bütününe etki edebilecek, fikirlerini rahatça kalabalıklara duyurabilecek ve değişimde amil bir rol oynayabilecek en önemli insanlar elbetteki aydınlardır. Onların hayata bakış tarzlarıyla, dünya da olup bitenlerden haberdarlıklarıyla ve birikimleriyle yeni çözüm önerilerinin yaratıcıları ve takipçileri oldukları muhakkaktır. Toplumumuzda gerçekleşen değişimi yakın tarihimiz itibariyle, Osmanlının son dönemi olarak beyan etmemiz yanlış olmayacaktır. Özellikle askeri alanda, ekonomik süreçlerde ve hayat standardı itibariyle 18. yy. başlarından itibaren Batının üstünlüğünün kabul edilmesi ve temsilciliğini Damat İbrahim Paşanın gerçekleştirdiği bir 'yenilik dönemi'⁵⁹ bunun en açık bir göstergesidir. Böyle bir dönemin başlaması, doğal olarak aydınlar arasında da fikir çatışmalarına neden olmuş, desteklensin ya da desteklenmesin türlü türlü düşüncelerle halk aydınlatılmaya çalışılmıştır. Sosyal hayattaki her türlü değişimin edebiyatta da bu yolla yer bulduğu, edebiyatın da değişmesine yol açtığı, bundan dolayı da her devirdeki edebiyat ürünleri ne kadar kişisel olursa olsun bir yönelişi aksettirdiklerinden, kendi dönemlerini

⁵⁸ Mustafa Erkal, *Sosyal Meselelerimiz ve Sosyal Değişme*, Mayaş Yay., Ank., 1984, s.s. 91-92.

⁵⁹ Fethi Naci, *Türkiye'de Roman ve Toplumsal Değişme*, Gerçek Yayınevi, İst., 1990, s.28.

yansıttıkları açıklıkla söylenebilir.⁶⁰ Çünkü, “roman bir toplumun nabzını tutan, onun ruhunu, gelişmesini kalp atışlarını ölçen kompleks bir edebi türdür”⁶¹ ve hem kendisinde kurgulanan bireylerin hayatı üzerinden çevre algılamaları üzerinde durur, hem de çevreden yola çıkarak var olan şeylerin ve değişmelerin insan hayatındaki etkilerine geçişler yapar. Yazarın birincil gözlemlerinin birer sonucu dahi olsa, kurgulanmış yaşamların birbirleriyle karşılaştırmaları yapılırken, ilk romancılarımızda olduğu gibi olaylara dışarıdan nötr bir şekilde yaklaşılmaz. Sahip olunan düşünce, halkın aydınlatılması kaygısına matuf olarak roman üzerinde bariz şekilde eklenir ve işte bu eklemleme çalışma içerisine romanların bilgi kaynağı olarak alınmasına sebep olan temel amil olarak durmaktadır.

Aslında romanın kendisi dahi değişmenin bir yeniliği olarak karşımızda durmaktadır. Tanzimat ile birlikte edebiyatımızda roman batılı anlamında yerini almış, edebiyatçı aydınların ilgi göstererek eserler vermeye yöneldikleri bir alan olmuştur. Çünkü, Tanzimat aydınları halkın zihniyetini değiştirebilecek, bütün sahaları çerçeveleyen bir yeniliğin peşinde olmuşlar ve bu yüzden romanı önemli bir tür olarak benimsemişlerdir. Peki tüm sahalar denirken aslında ne kast edilmektedir? Bu bir dönemin bütün psikolojik, ahlaki, felsefi, dini, sosyal, estetik, siyasi ve hatta ekonomik özelliklerini verebilmek, insanı, toplumu, tarihi yargılamak, öğüt vermek, yönlendirmek gibi hususların roman ile rahatça yapılabilmesi kastedilmektedir.⁶²

18. yy. dan sonra değişen dünya şartlarına ve kuvvet dengelerine bağlı olarak Türk aydınları, modern olmanın veya geleneğe bağlı kalmanın getirmiş olduğu ontolojik, psikolojik, sosyolojik, fikri ve estetik uyumsuzluklar göstermeye başladılar.⁶³ Bu uyumsuzluklar da aydınların yaratılarında kendilerine önemli yerler edinirler. Sorun temelde, Batı ve Doğu, modern ve geleneksel başlıkları ile ifade edilebilir. Aydınlar, değer kargaşası karşısında çarpışan ideolojileri tanımak, sorguya çekmek ve kendi tutumlarını ortaya koymak gereğini duyarlar.⁶⁴ Yapabilecekleri en iyi şey de algıladıkları biçimde olanı ve kendilerince olması gerekeni kurgulayabildikleri, eski ve

⁶⁰ Yunus Balcı, *Türk Romanında Aydın Problemi*, Kültür Bakanlığı Yay., Ank., 2002, s.IX.

⁶¹ Alemdar Yalçın, *Cumhuriyet Dönemi Türk Edebiyatı*, Günce Yay., Ank., 2000, s.6.

⁶² A.g.e., s.s.2-3.

⁶³ A.g.e., s.1.

⁶⁴ Naci, a.g.e., s.s.32-33.

yeni arasındaki farkları ortaya serebildikleri romanları yazmak olmuştur. Araştırmayla yakından ilgili gördüğümüz romanlarda genel olarak yukarıda belirtilen değişim konusu, özelde kadının toplumdaki yeri ve üst sınıf erkeklerin batılılaşması gibi iki ana başlık üzerinden açıklanmaya çalışılmıştır.⁶⁵

Kadın, toplumlarda değişimin en önemli aktörü olarak karşımızda duruyor. Ama bu aktörlük etken olma şeklinde değil, etkilenen ve üzerinde değişimin eserlerinin arandığı, gösterge olarak gerçekleşmektedir. İkincil olarak da değişimin üst sınıf erkeklerce hayat standardı ve yaşama biçimi olarak algılanması, sonrasında Batılılaşma kavramının yaşam şekli ile özdeş hale getirilmesi romanların üzerinde durduğu özelliklerdir. Bu konuda, Ahmet Mithat Efendi'nin yaklaşımı katkı olarak değerlendirilmektedir.

“ Ana tema olarak eğitimde kadınların eşitliğini inceleyen bir romanda Mithat'ın hayal gücü zamanını en cesur spekülasyonlarını bile aşıyordu ve kadınların bir gün gelip her mesleğe girebileceklerini önceden haber veriyordu. Sık sık işlediği konular, kadınların düşük sosyal statülerine, erkeklerle eşit haklara sahip olamadıkları için çektikleri sıkıntılara ve talihsizliklere ilişkin sorunlardır. Mithat, koşulların fuhşa zorladığı kadınları savunacak kadar ileri gitti ve onların günahkar olduğu fikrini ve verilen cezaları şiddetle eleştirdi. Bizim görevimiz dedi, bu kadınları düşkünlükten kurtarmaya uğraşmaktır, bu da ancak biz kadınlara bir mal veya köle gibi davranmaktan vazgeçer ve kendi kaderlerini tayin etme hürriyetini tanırsak gerçekleşir. Dolayısıyla onları ebediyen lekeleyeceğimize, yardım elimizi uzatıp, düşmüşleri kaldırmalıyız.

Mithat kadınlar konusunu çeşitli romanlarda işledi. Kadınların bağımsızlığa kavuşturulmaları en fazla üzerinde durduğu konulardan biriydi. İlk defa olarak modern koşullar altında aile sorununu yaratan Müslüman evliliğin bir yönünü eleştirdi, -değil birbirleri için sevgi beslemek- daha görüşmemiş olan kişilerin evlendirilmesi adeti.”⁶⁶

Tanzimat dönemi romanlarının üslubu, iki karşıt olduğu düşünülen kutbun karşılaştırılması şeklindedir. Bunlardan birisi elbette yazar tarafından diğerine üstün görülmekte ve sonunda da bu taraf galip gelmektedir. Her iki tarafın baş karakterleri, yazarın bakışına göre çok iyi ya da çok kötü sıfatlarla tasvir edilmekte ve bunun dikkat çekici olmasına özen gösterilmektedir. Örneğin, Namık Kemal'in 'İntibah' isimli romanının kahramanı olan Ali Bey, başlangıçta, bir ailenin terbiye vermek noktasında zirveyi temsil edebilecek kadar iyi yetiştirilmiş, her türlü iyi huyu üzerinde taşıyan bir

⁶⁵ Şerif Mardin, *Türk Modernleşmesi*, İletişim Yay., İst., 2001, s.31.

⁶⁶ Şerif Mardin, *Türk Modernleşmesi*, İletişim Yay., İst., 2001, s.32., 'den naklen, Niyazi Berkes, *The Development of Secularism in Turkey*, Montreal, 1964, s.s.283-284.

karakterken, akabinde, Batılı hayat tarzının etkisine kapılarak bahsi geçen tüm iyi huyları birer birer yok eden bir hale bürünmüştür. Dikkat edilmesi gereken nokta, Ali Bey'i bu türlü bir mahfe sürükleyen, yine Batılılığı, Batılı gibi yaşamak olarak anlayan bir kadın (Mehpeyker) olmasıdır. Aynı romanda erkek karakter tek iken, kadın karakter az öncekinin tam aksine bir vasıfla şekillendirilmiş bir başka kadın (Dilaşub) ile iki tanedir. Bu kadın da yazar tarafından, olması gereken şekilde düşünülmüş ve oluşturulmuş bir karakterdir. Yazar eserinde, zaman zaman araya girerek tarafgirliğini, karakterlere eklediği çeşitli sıfatlarla belli etmektedir.

“Peyami Safa'nın romanlarındaki genç kız, batılılaşmış zengin bir aileden, genellikle Fransızca ya da İngilizce bilen uyamak bir kızdır. Bu kızlar içinde yetiştikleri ve yaşadıkları batı taklitçisi yozlaşmış çevreye rağmen ahlakça çürümüş değillerdir. Onun gözündeki sevmeye ve evlenmeye değer kızlar, batılılaşmış çevrede büyümüş kızlar olduğu için romanlarındaki fakir genç aydın hep böyle bir kıza aşım olur.”⁶⁷

Reşit Nuri Güntekin de ‘Yaprak Dökümü’ isimli romanında batılılaşma özentsini ve değer yargıları bunalımını çok geniş bir biçimde ele almaktadır.⁶⁸ Gerçekten de Fethi Naci'nin de belirttiği gibi iki kuşağın değer yargıları arasındaki amansız farklılaşma romanın asıl metninin ikinci sayfasındaki “Babam fazla namuslu adammış...”, “Bir babanın çocuklarına bırakacağı en kıymetli miras temiz bir isimdir der gidermiş... Temiz bir isim, bir miktar dünyalıkla beraber olursa ne ala; ama züğürt evlatlarda ancak bir, nihayet iki göbek dayanabilir.”⁶⁹ Sözleriyle dile getirmiştir.

Memduh Şevket Esendal'ın ‘Ayaşlı ve Kiracıları’ isimli romanında da Cumhuriyetin ilk yıllarında insanlardaki değişmelerde kadın anlatılırken ‘zürafa kadınları gibi hepsi saçlarını kesmişler’ şeklindeki ifadeler ve ahlak yargılarındaki değişimleri de iki adamın karılarının kendilerini aldattıklarını bildikleri halde seslerini çıkarmamaları⁷⁰ bu anlamda kurgulanmıştır.

Örneklerle sunduğumuz üzere Türk toplumunun Tanzimatla başlayan değişim sürecini, kurgusal olaylara dayansa dahi, ilk roman denemeleriyle birlikte

⁶⁷ Naci, a.g.e., s.67.

⁶⁸ A.g.e., s.196.

⁶⁹ Reşat Nuri Güntekin, Yaprak Dökümü, İnkılap Kitapevi, İst., 1989, s.6.

⁷⁰ Naci, a.g.e., s.s.210-211.

karşımızda buluyoruz ve çalışmamızın yapı taşını oluşturan ve güzellik yarışmalarının öznesi durumunda bulunan 'kadın', aynı şekilde değişimin edilgen bir öznesi olarak görüyoruz. *Değişimde kadın, geleneğin statükocu yaklaşımının da modern olanın değişime zorlayıcılığının da temel karakteri olmuş, ama ne yazık ki kendi bireysel tercihiyle hareket edememiştir.* Toplumsal gerçeklik alanını kurgulayan romanlarda, temel karakterin erkek olması bile, asıl yönlendiriciliği kadının yaptığı anlayışından insanlarımızı uzaklaştıramamıştır.

Özetle, kendilerine özgü tanımları var olmakla beraber, değişime maruz bulunan toplumların önceki dönemiyle sonraki arasında bir gelenek ve modern ayrımı yaşanmaktadır. Şu ana kadar toplumsal değişimin mümkünlüğü ve yaşanabilirliği, bunun kültürde yani insan topluluklarının yaşamları esnasında karşı karşıya kaldıkları sorunların çözümlerine dair kendilerine has olarak ürettikleri her şey ve bakış açılarının üzerindeki etkileri ve estetik ve ahlak yargılarının da kültürün bir parçası olarak ortaya konulmuştur. Yine hatırlatmaktayız ki kendisine ait terimsel bir anlama sahip olmakla birlikte 'yeni' yi anlam olarak içeren modernlik, güzellik yarışmalarının var olmasındaki etkileriyle, her bir unsuruna ve tüm öznelere yüklediği anlamla ve başlı başına bir değişim olmasıyla konumuzla yakından ilgilidir.

2.2. MODERNLEŞME, MODERN TOPLUM, MODERN BİREY

Gerçekten de modernleşme bir aşama olarak kabul edilebilir mi? Bunun üzerinde farklı tartışmalar yapılabilir ama çağımızın çok hızlı ve yaygın olma özelliğine sahip olan değişiminin, hususi olarak da ülkemizde, kendisine has bazı anlamları taşıdığı da reddedilemez. Bu itibarla, konumuzun değişimle olan kuvvetli bağı nedeniyle ve modernleşme de değişimin bir aşaması olarak değerlendirildiğinden, aşamaya has bazı özellikleri bilmemiz muhakkak ki çalışmamızı aydınlatmada bir mihenk taşıdır.

Habermas'a bakılacak olursa modernlik terimi, "eskiden yeniye geçişi vurgulamak üzere kendini eski çağlara dayalı geçmişe kıyaslayan ve yeni bilinçliliğe

sahip olduğunu ileri süren bir çağı belirlemek üzere kullanılmaktadır.”⁷¹ Bu anlamıyla hangi dönem ve durum olursa olsun eski olandan yeni olana yönelik bir değişim hareketi modern olarak adlandırılabilir. Başka bir tanım da “geleneksel ve endüstriyel olmayan toplumların ‘ileri’ toplumların niteliklerine sahip olmak için çaba harcadığı, ‘küresel’ bir değişim sürecini isimlendirmek üzere kullanılan ırk merkezli bir kavramdır”⁷² denilerek farklı bir yönü ele alınmaktadır. Burada görüleceği üzere geleneksellik endüstriyel olmamak birlikte ele alınmış ve ileri toplumların endüstriyel olmalarına gönderme yapılarak daha çok üretim araçları noktasından bir tanımlamaya gidilmiştir. Başka bir bakış açısında “Yeni bir bilim anlayışı, yeni bir siyasal düzen, yeni bir iktisadi düşünce yapısı ve yeni bir ahlak anlayışını ortaya koymakta ve batı toplumlarının yaşadığı doğal bir süreci tanımlamaktadır”⁷³ denilerek süreçteki ‘yeni’ nin üzerine içerisine değer yargılarını da katarak vurgu yapılmaktadır. Toplumsal yapının temel kurumları üzerindeki yeni anlayış ve davranış şekilleri.

Tanımlamalardaki bir başka dikkati çeken husus, birinde ‘küresel’, birinde ‘Batılı’ olma özelliklerinden bahsedilmesidir. Başlık olarak aşamayı kullanma sebebimiz ortaya çıkıyor. Şayet modernleşme her eski-yeni değişimini ifade etseydi, bahsi geçen iki kavramla bir işimiz olmayacaktı. Ama modern ve modernleşme, üzerinde, her yeniden başka bir yeniyi, farklı bir yönelim çabasını, (batı dışı toplumlarda) planlı bir değişim ‘aşamasını’ taşımaktadır. Zaten yapılan bir tanımlamada da “17. yy. Avrupa’sında başlayan ve sonrasında hemen hemen bütün dünyayı etkisi altına alan toplumsal yaşam ve örgütlenme biçimi”⁷⁴ olduğunu görmekteyiz.

Hazır modernitenin sınırları belli olan ‘özel’ bir anlam taşıdığından bahsetmişken, zihinlerde oluşturduğu çağrışımlarından da söz etmemiz yerinde olacaktır. Böylelikle, çalışmamızın temel kavramlarını bahsi geçecek olan çağrışımlar içerisinde değerlendirmemiz ve otomatik olarak bağ kurabilmemiz sağlanacaktır.

⁷¹ Jürgen Habermas, **Modernlik: Tamamlanmamış Bir Proje**, (Çev: Güleğül Naliş), Kıyı Yay., İst., 1990, s.31.

⁷² William A. Haviland, **Kültürel Antropoloji**, (Çev: Hüsamettin İnaç), Kaknüs Yay., İst., 2002, s.470.

⁷³ Madan Surup, **Postyapısalcılık ve Postmodernizm**, (Çev: A. Baki Güçlü), Ark Yay., Ank., 1995, s.172.

⁷⁴ Muharrem Sevil, **Türkiye’de Modernleşme ve Modernleştiriciler**, Vadi Yay., Ank., 1999, s.19.

Modernitenin beraberinde getirdiği çağrışımların ilki son derece maddi bir unsur olan 'teknoloji'dir ki geçicidir. Geçiciliği teknolojik gelişmelerin dur durak bilmeden ve zamana bağlı kalmadan ilerlemesi, bazen de öncekini devrimsel bir biçimde yanlışlamasından ileri gelmektedir. Bir diğeri de 'ortaçağ' kavramının zihinlerde oluşturduğu dar kafalılığa, dogmatizme ve hepsinden öte otoritenin kısıtlamalarına karşı olmaya delalet etmesidir.⁷⁵ Bu ikinci çağrışım, kaynağını bir önceki kısımda dile getirdiğimiz 'aydınlanma' sürecinden almaktadır denilebilir. Özellikle hem dini hem dünyevi otoriteyi benliğinde kimlikleştirmiş olan kilise baskısı altındaki yaşamdan duyulan hoşnutsuzluk, kısıtlamalarına karşı koymakla işe başlanmıştır. Fakat, kısıtlamalar karşısındaki tavırla ve baskının yıkılmasını çağrışım olarak bünyesine katma özelliğiyle modernite, kendi çağında belli oranlarda baskının da kaynağını oluşturmaktadır. Modern dönemde yaşanan birtakım olumsuzluklara karşı dillendirilen kimi eleştiriler ve bu eleştirilerin geçmişe dönük yüzü, karşı eleştiri olarak dogmatiklikle suçlanmaya neden olmaktadır. Yani, belli alanlarında dahi olsa moderniteyi kabul etmiyor ve yaşamıyorsanız, dar kafalı ve dogmatiksiniz anlamına gelmektedir. Modernitenin baskısı olarak görülebilecek bu durum önceki dönemlerde olduğu gibi açıkça ifade edilmemekte ve fakat toplumsal hayattaki zihinlere yer etmiş vaziyettedir. Bireysel ve toplumsal kimlik belirleniminde bu durum kendini çok daha kuvvetle hissettirmektedir. Zira "kimlik var olmak için farklılığa gereksinim duyar ve kendi kesinliğini güven altına almak için farklılığı ötekiliğe dönüştürür."⁷⁶ Daha özel olarak bakacak olursak, modern olmanın bir gereği olarak yapılan kimi çalışmaların –ki güzellik yarışmaları bunlardandır- geleneksel kültüre göre eleştirilmesi modern olamamakla, geri kafalılıkla eşdeğer tutulmaktadır. Bu itibarla çağımız yaşantısının meşruiyet kaynağı modernizmdir. Bir başka deyişle, "eğer çağdaşlaşma (modernleşme) paketinin içini kurcalamaktan yanaysanız, eğer ezici 'çağdaş' standartlara karşı farklı kalabilmek, çağı kendi yorumunuzla yaşamak gibi 'egzantrik' bir takıntınız varsa, cevap bekleyen ezeli sorulara cevap bulmaya, anlaşılmanmaya ve hatta deli yerine konulmaya da hazır olmalısınız."⁷⁷

⁷⁵ A.g.e., s.22.

⁷⁶ Recep Yıldız, Sakine Demir, "Milli Kimliğin Oluşumunda Zihniyet", DPÜSBD, S.8, Kütahya, 2003, s.322

⁷⁷ Ahmet Turan Alkan, Ateş Tecrübeleri, Ötüken Yay., İst., 1999, s.169.

Ne tür konularda değişme yaşamış toplumlar modern olarak kabul görmektedir? Modern olabilmek için ne yapmak gerekir? gibi kriter sorularına verilen cevaplardaki siyasetle demokratik temsil, toplumsal mobilitede görülen hızlilik, sekülerizm, rasyonalizm vb. yanında özellikle şu iki cevaba dikkat çekmek isteriz. Birincisi ekonomide üretim ve tüketimin düzenli arttırılışı, ikincisi ise, bireylerin verilen cevaplardaki özellikle donatılması.

Çünkü bu son iki madde bizim çalışmamızda insanları yarışmalara sevk eden bireysel, toplumsal ve toplum üstü yönlendiricilerin her iki yönden de başarı elde edebilmek adına verdikleri çabayı ortaya koymaktadır. Ekonomideki büyüme çalışmalarının sadece üretimle sınırlı kalmaması ve üretilenlerin en az üretim hızı kadar büyük bir çabuklukla tüketiminin sağlanabilmesi için gereken çalışmaların yapılmasını öngörmektedir. Anlaşılabileceği üzere bu durum sadece ekonomik ilişkilerle açıklanabilecek bir durum değildir. Amaca ulaşabilmek zaman zaman farklı bazı alanlara da müdahaleyi gerekli kılmaktadır. Son madde de bununla bağlantılı bir şekilde düşünülebilir. Bireylerin toplumsal hayata adaptasyonunda, yeni duruma uyum sağlamanın gereken donanımların kazandırılma çabasında, hem bireylere amaca uygun 'örnek kişilikler' gösterilerek yön tarifinde bulunulmakta hem de o insanlara örnek kişiliğe benzemeleri için imkanlar yaratılmaktadır. Öyleyse tüm değerlerin, ekonomik ilişkilerin, kimlik tanımlamalarının yeniden ele alınması bu sürecin en önemli unsurudur.

Modernleşmeyle birlikte ortaya çıkan değişim ağları elbette modernleşmiş sayılan Batı'nın vardığı noktalar göz önüne alınarak yapılmaktadır. Hedeflenen Batının ulaştığı düzeydir.⁷⁸ Ancak başlangıçta amaç 'düzey' iken daha sonra bu anlayış da değişmiştir. Ülkemizde "özellikle II. Mahmut döneminde 'Batılılaşmanın' tek kurtuluş yolu olduğu algılanmaya başlanmış ve bu yönde ilk hareketlere geçilmişti. Ön plana çıkan düşünce; bozulan düzenin onarımında tek çıkış yolu Batılı bir toplum gibi olmak idi."⁷⁹ şeklindeki temel anlayış, ülkenin bekası için tek alternatif olarak görülmesinin yanında, çok radikal bir biçimde de savunulmuştur. Tanzimat'ın Mustafa Reşit Paşa

⁷⁸ Sevil, a.g.e., s.s.38-39.

⁷⁹ Nazmi Avcı, *Türkiyede Modernleşme Açısından Din, Kültür, Siyaset*, Pınar Yay., İst., 2000, s.77.

gibi kurucuları, batının askeri ve idari yapısını Osmanlı İmparatorluğuna aktarıırken, Batının günlük kültürü de İmparatorluğa girmişti. Giyim eşyası, para kullanımı, evlerin stili, insanlar arası ilişkiler 'Avrupai' olmuş ve bunu erişilmesi gereken bir hedef olarak gören yaklaşım, geleneksel kültür öğelerimizi eleştiren ve karşısına çıkan boyutlar kazanmıştır.⁸⁰ Geleneksel kültür öğelerinin içerisinde değer yargılarının da bulunduğunu tekrar hatırlatmalıyız.

"Türklerin Batıyı yaşayarak güç bir sınav verdiklerini yazan tarihçi Paul Dumont bu olguyu şöyle belirlemektedir: Doğu, giysilerinden, türbandan, festen, şalvardan, terlikten, ince peçelerden vazgeçmek zorundalar. Arap alfabesiyle okumayı, bu alfabeyle anlaşılmasın muskalar yazmayı bir yana bırakmak zorundalar. Zamanı güneşle ölçmekten, derviş ayinlerinden vazgeçmek zorundalar... yaşam biçimlerini, düşünme tarzlarını, meselelere bakışlarını değiştirmek zorundalar."⁸¹

Bu şekildeki ifadeler de Avrupalılaşıma ile Modernleşmeyi eş tutmakta, modernleşmenin sadece bir değişmeden ibaret olmayan, kendine özgü değişimleri barındıran bir aşama olduğunu ortaya koymaktadır. Böyle bir durum kadının kimliğinin yeniden inşası ve toplum içindeki yerinin yeniden konumlandırılmasıyla birinci derecede ilintilidir. Çünkü Türk düşüncesinin iki kutbunun arasındaki gelenek-modern ilişkisi tartışmasının temelinde kadın ve toplumdaki yeri yatmakta⁸² ve fakat tartışmanın en önemli öznesi olan kadının özne olmaktan fazla bir şey yapamadığını da görmekteyiz. Var olan seslerin en önemli öncülüğü Sait Halim Paşa'nın kızı Fatma Aliye'nin çabaları sonucu ortaya çıkmış (Nisvan-ı İslam), Osmanlı üst sınıfında kadınların özgürlüğü konusunda dikkat çekici bir görüş birliğine neden olmuştur.⁸³

Osmanlının son dönemlerindeki toplumsal yaşam alanının batılılaşması hali, yapının kendi kendisine gerçekleştirdiği bir değişim olmakla birlikte -ki Fransa hayranlığı, balolar, giyim tarzları, yapı mimarisindeki gelişmeler bu meyandadır- Cumhuriyet döneminde tam bir yönlendirme söz konusudur. Hususiyetle

"Tek parti dönemi ideolojisinin merkezinde ülkeyi modernleştirmek ve bu amaç doğrultusunda toplumu her düzeyde (kurumsal-entelektüel) yeniden yapılandırmak vardı. Bu nedenle amaçlanan değişim ülkedeki siyasal sistemi Monarşiden Cumhuriyete

⁸⁰ Mardin. A.g.e., s.s.13-14.

⁸¹ Nilüfer Göle, *Modern Mahrem*, Metis Yay., İst., 1994, s.49.

⁸² A.g.e., s.14.

⁸³ Mardin. a.g.e., s.34.

çevirmekten daha fazlasını ifade ediyor, yaşam biçimlerinde, davranış ve hatta düşünce tarzlarında bir değişikliğe işaret ediyordu.”⁸⁴

Modernleşmenin ortaya koyduğu değişimde öne çıkan bir diğer durum da gönüllülüktür. Yani insanlar ve oluşturdukları birlikler, var olan tüm niteliklerini istemektedirler. Siyasal ve ekonomik dengelerin kurulumunda kültür aracılığı ile sürdürülen süreç, gönüllü bir eyleme dönüştürülmektedir.⁸⁵ Gönüllülük, her şeyin doğal bir akışının var olduğu hissini vererek, gelenekselle modern arasındaki geçişte yaşanabilecek türlü sıkıntıları toplum nazarında pek de farkına varılmadan yaşanabilmesine neden olmaktadır. Peki modern olma özelliklerini bünyesine katan toplum, nasıl bir toplum haline gelmektedir? Modernliğin kendisine has nitelikleri bulunan bir değişim aşaması olduğunun belirtilmesinin ardından, bu niteliklerinin toplumsal yaşam alanında nasıl bir göstergeye işaret ettiği üzerinde durmamız gerekmektedir. Böylece toplumda meydana gelen değişmeyi daha açık bir şekilde koyabileceğiz.

Birbirleriyle iç içe geçmiş bulunan dönüşüm süreçlerinin toplamını ifade etmekte olan modernlik terimi,⁸⁶ bu özelliği ile hayatın her alanını birbirleri ile bağlantılı hale getirmiş ve biraz daha karmaşıklaşmasına neden olmuştur. Bu karmaşa içerisinde bulunan modern toplum, bir yandan da tüm eylemlerinin bilincinde olan bireylerin meydana getirdiği bir toplum haline gelmiştir. Bu bireylere büyük bir özgürlük hissi vermekte, kişi kendisini kendi yazgısının efendisi ve sahibi olarak görmesine neden olmaktadır. Bu zihniyet modern insanların artık geleneksel kurumların etkisinde değil, kişisel duygularının ve hislerinin etkisi altında düşünmeleri biçiminde toplumsal alanda ifadesini bulmaktadır.⁸⁷ Böyle bir durumda, çalışmamızın birinci bölümüne atıfta bulunmamız gerekirse, toplumun genelini bağlayan bir kültür unsuru olarak kanalize eden ahlak yargısı ve beğeniyi belirleyen estetik yargısının, geleneksel kurumlar tarafından belirlenimi değişerek, paradigmasının birey tarafından oluşturulduğu bir hale dönüşecektir. Ancak, bu dönüşüm bahsettiğimiz şekilde serbest

⁸⁴ Funda G. Onbaşı, “Geleneksel ve Modern: Sınırlar ve Geçirgenlikler Üzerine”, *Doğu Batı*, S: 25, Ank., 2003, s.89

⁸⁵ Sadık Güneş, *Medya ve Kültür*, Vadi Yay., Ank., 1996, s.s.31-32.

⁸⁶ Hans Van der Loo-Williem van Reijen, *Modernleşmenin Paradoksları*, (Çev: Kadir Canatan), İnsan Yay., İst., 2003, s.s.13-14.

⁸⁷ A.g.e., s.46.

olmamakta, bireyin yoğun olarak hissettiği özgürlük içerisinde belli yönlendiriciliğe tabi bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Gönüllülük bahsi de bu şekilde karşımıza çıkmaktadır.

Toplumun bir diğer özelliği de kendi iç duygu ve güdülerine hakim bir insan tipi yerine, başkaları karşısında yüklenmiş rollerini oynamaktan başka bir şey yapmayan, kendi öz benliğinin farkında olmayan bir tip yaratmış olmasıdır.⁸⁸ Böyle bir durum toplumun modern dönemde farklı bir şekilde adlandırılmasına neden olmuştur. Bunlardan birisi de yüklenilen rollere atıf yapılarak oluşturulmuş Guy Debort'un 'Gösteri Toplumu' dur. Modern üretim koşullarının hakim olduğu toplumların tüm yaşamına 'gösteri' demektir.⁸⁹ Aynı zamanda 'Meta'nın toplumsal yaşamı tümüyle işgal etmeyi başardığı andır. Görülebilir olan sadece meta ile kurulan ilişki değildir. Ondan başka bir şey zaten görülemez. Görülen dünya Meta dünyasıdır.⁹⁰ Üretim ilişkilerinin ön plana alınmasıyla elde edilen bu değerlendirme, toplumsal yaşam alanını, metaların üretilmesi, elde edilmesi, tüketilmesi ve ayrıca her şeyin, (cinsellik, aşk, estetik, ahlak, adalet, üretim, emek vb.) 'Meta' kapsamına alınabilmesine de olanak sağlamaktadır.

Bu olanaklılık aynı zamanda bütün metaların soyut ve genel eş değeri olan para ile ilgilidir. Şayet para, genel eş değerliliğin yani çok sayıdaki malın değişebilirlik özelliğinin temsilcisiyse ve toplumu yönetmekteyse bu anlamda gösteri paranın modern tamamlayıcısıdır.⁹¹ İşte tam burada dikkatleri bir konuya çekmek istiyoruz. Debort'a göre modern toplum her şeyi metalaştırmaktaysa, meta devamla değişkenlik bakımından parayla eş değer ise, şu üç kavram için de bu geçerli olmaktadır. Kültürün öğelerinden olan ve davranışların değerlendirilmesinde başvurulan temel yargı 'ahlak', beğeniyi ifade eden ve belli dönem ve durumlarda ahlak yargısıyla özdeşleştirilen 'estetik' yahut 'güzel' ve toplumsal değişimde hem toplumumuz hem de diğer medeniyetler tarafından bir mihenk taşı sayılan 'kadın'. Her üç kavramın da bu şekilde algılanması kendi içerisinde bazı sıkıntıları barındırmaktadır. Zaten çalışmamız, bu

⁸⁸ A.g.e., s.171.

⁸⁹ Guy Debort, *Gösteri Toplumu*, (Çev: Ayşe Ekmekçi), Okşan Taşkent, Ayrıntı Yay., İst., 1996, s.13.

⁹⁰ A.g.e., s.27.

⁹¹ A.g.e., s.30.

sıkıntıyı ortaya koyabilmeyi amaçlamaktadır. Eğer gösteri modern yaşam ise ve bu yaşam içerisinde kadınları meta gibi algılama eğilimi söz konusuysa –ki böyle gözükmetedir- diğer birçok şeyde olduğu gibi kadın da parayla eşdeğer tutuluyor anlamı mantiken ortaya çıkmaktadır. Peki böyle bir durumda modern kadın ifadesi ile topluma sunulan kadının çağdaşlığı ne kadar gösteriden bağımsızdır, estetik değerlendirmede kadına yüklenen değer, kadının gösterideki rolleri içerisinde nasıl anlamlandırılabilir ve bahsi geçen hal, geleneksel olarak da modern anlamla da ahlaki açıdan nasıl bir değerlendirmeye tabi tutulabilir? Modernleşmeyle meydana gelen bu üç kavramdaki değişim kendisini güzellik yarışmaları organizasyonları içerisinde girift bir biçimde bulmaktadır.

Modernliğin yayılmasını da Debort şu şekilde anlatmaktadır:

“Gösterinin taşıyıcısı olan toplum, az gelişmiş bölgeleri sadece iktisadi hegemonyası altına almaz, onlara gösteri toplumu olarak egemen olur. Gösterinin parıltılı oyalayıcılığı altında, modern topluma dünya çapında ‘bayağılaşma’ hareketi, gelişmiş meta tüketiminin seçilecek rol ve nesnelere görünüşte çoğalttığı her noktada da modern topluma egemen olur.”⁹²

Toplum bu sayede kendisine örnek alabileceği yaşam standardı yüksek bir başka toplumu bulmuş ve özümser hale gelmiştir.

Modernliğin değiştirdiği toplumun ardından, toplumu meydana getiren bireylerde özelde ne gibi değişikliklerin meydana geldiği de konumuz açısından önem arz etmektedir. “Modern birey, güdülerini mümkün olduğunca baskı aklında bulundurmaktadır. Davranışları dürtüsel değer, akılcı ve tutarlıdır. Belirli bir amacı gerçekleştirmek için modern bireyler, en kolay, en hızlı ve ucuz yolun ne olduğunu sistemli bir şekilde araştırırlar.”⁹³ Kolaylık, hız ve maliyetin düşüklüğünü arama, bireylerin ihtiyaçlarının hemen tatmin edilmesine yönelik bir zihniyetin doğmasına neden olmuştur. Hareketleri, amaçlarına ulaşabilmek için akıllı ve tutarlı temellere oturtulmuştur. Bu yüzden de ani ve düşüncesizce hareket edilmez. Ama bu durum kendi kendisine bir sorunu doğurmaktadır ki bu da modern bireyin daha önce bahsedilen rol benimsemesi ve bunu kendisinin kimliği haline getirmesidir. Yani “modern bireyler,

⁹² Debort, a.g.e., s.s.33-34.

⁹³ Van Der Loo, Van Reijen, a.g.e., s.147.

tüketim maddeleri yoluyla sadece kendi kimliklerini inşa etmiyor, aynı zamanda toplumsal konumlarını da yansıtıyorlar.”⁹⁴

Toplu bir vaziyette modern bireyin niteliklerini ortaya koymamız gerekirse; Muharrem Sevil, Türkiye’de Modernleşme ve Modernleştiriciler adlı eserinde İnkeles’ten aktarım ile şu şekilde özetlemiştir.

1. “Yeni tecrübe, değişim ve yeniliklere açık
2. Daha ayrıntılı ve derinlemesine düşünen
3. Şimdi ve geleceğe yönelen
4. Planlı ve örgütlü hareket etmeye yönelik
5. Kendine güvenen ve yetkinlik iddiası taşıyan
6. Diğer insanlara saygılı
7. Bilim ve teknolojiye inanan bir karakterdedir.”⁹⁵

çıkarımlarını yapabiliriz.

Elbette bu özelliklerin hem Batı toplumlarında hem de toplumumuzda ne kadarının yaşandığı tartışmalıdır. Ancak, bireyi özgürleştirme iddiasında bulunan modernizm, modern insan tipinin tanım ve özelliklerini belirtmek suretiyle onu çerçeve içine alır ve sınırlar. Ayrıca, toplum içinde bireyselliğini ortaya koymaya çalışan insan, modern toplumun getirileri nedeniyle bir kimlik problemine düşer. “Kişiliğin silinmesi, gösteri normlarına somut olarak boyun eğmiş ve bu şekilde otantik deneyimleri tanıma ve dolayısıyla da bireysel tercihlerini keşfetme olanaklarından uzaklaşmış bir var oluşun koşullarını kaçınılmaz bir şekilde beraberinde getirir. Birey, böyle bir toplumda bir nebze dikkate alınmak istiyorsa, paradoksal olarak sürekli kendini yadsımak zorunda kalacaktır.”⁹⁶ “Kendi kendine karar almak, heyecanlı bir yaşam sürmek, yaşamda bir şeye ulaşmak, kişisel olarak gelişmek, mümkün olduğunca çok haz almak. Bütün bunlar çağdaş insanın amaçları arasında yer almaktadır. Bu yüzden genel kanıya göre bireycilleşmenin içerdiği özgürlük, insanı kaçınılmaz bir şekilde egoizm ve hedonizmle sonuçlanan bir ‘hiper-bireycilik’e sürüklemektedir.”⁹⁷ Egoizm ve Hedonizm’in, insan

⁹⁴ A.g.e., s.159.

⁹⁵ Muharrem Sevil, Türkiye’de Modernleşme ve Modernleştiriciler, Vadi Yay., Ank., 1999, s.s.41-42, ‘den naklen, “Alex Inkeles, “The Modernization of Man” Edt., M. Weiner, Modernization: The Dynamics of Growth, Voice of America Forum Series, 1977, s.s.151-163.

⁹⁶ Debort, a.g.e., s.144.

⁹⁷ Van Der Loo, Van Reijen, a.g.e., s.s.164-165.

eylemlerinin ahlaki açıdan değerlendirmeye aldığı ve kimi filozofların ahlak yargısını açıklamakta kullandığı kavramlar olduğuna da ayrıyetten dikkatleri çekmek isteriz.

Bireyin modernleşmeyle birlikte akılcılaşması da olması gerekenin gerçekleşmesi şeklinde olmamış, aksine yine kendisine özgü bir hal almıştır. Bunu 'Araçsal Us' şeklinde tanımlamak mümkündür. Çağımız insanının bu özelliği "kişisel amaçlara en kısa yoldan ulaşmanın araç ve tekniklerinin bilgisini içerir."⁹⁸ "Kitleleşme nedeniyle oluşan kültür, bireyler için yanlış gereksemeler üretir. Gerçek gereksemelerin bilincine varamayan birey ise bireyselliği geliştiremez"⁹⁹ Bu yüzden modernizm bireyi ön plana çıkarmayı kendisine hedef olarak görmekte ve fakat kitle üretimi nedeniyle kendi kendisini engellemektedir. Bu anlatılarda ihtiyaçların bir an önce teminine yönelik olarak eylemlerin değerlendirilerek tüketimin hızlılığının teşvik edilerek şeylerin anlam yitimine, ahlaki zayıflamaya ve birincil hedeflerin bilgisizliğine yol açmasının bazı paradokslara neden olduğu ortadadır. Aynı şekilde bireyin özgürleştirilmesi çabasının kitle baskısı nedeniyle gerçekleştirilemiyor olması da ayrı bir paradokstur. Bu bağlamda, sistem çıkarları, modern bireyin çıkarlarıyla uyduğu oranda birey kendisine sistem içerisinde yer bulmakta, bulamadığı çoğu zaman da özgürlüğü pahasına kendisini yadsıyarak kitle içinde hareketine uygun rolleri artırmaya yönelik çaba sarf etmektedir.

Orhan Türkdoğan, modernleşmede yanlış olan üç kavramı ele almaktadır. Bunlar; Modernleşmenin Avrupalılaşma ve Batılılaşma ile eşitlenmesi şeklinde ifade edilmektedir ki, bahsi geçtiği üzere birey, hem toplum hem devlet olarak kalkınma ve ilerlemenin araçsal kaynağı olarak gördüğü biricik yol olarak modernleşmeyi görmekte ve bunun için de modernleşmiş olanlara bakmaktadır ve bu hal onu yanlışta götürmektedir. Bir diğeri tüm modernleşmenin 'iyi' olarak adlandırılmasıdır ki bu durum bir önceki yanlıştan yola çıkılarak anlaşılabilir. Çıkış yolu tektir ve o da bizim kurtuluşumuzdur. Son olarak da modernleşme sürecinin tek boyutlu olarak düşünülmesidir ki, doğrusu bu değildir. Yani bir kimsenin yüksek hayat tarzına sahip olması veya modern biçimde giyinmesi onun zaruri olarak modern olduğu anlamına

⁹⁸ Atiker, a.g.e., s.7.

⁹⁹ A.g.e., s.46.

gelmez. Ancak toplumsal hayatın her alanında gerçekleşen yeniliklerin modern olarak adlandırılması buna sebep olmuştur. Sanat alanında, mimaride, eğitimde, ekonomik etkinliklerde, aile içi ilişkilerde vb. birçok alanda bu durum ortaya çıkmış ve bu yüzden birbirini arasındaki sınırın inceliği nedeniyle bir unsurun modern olması diğerlerinin de aynı şekilde anlamlandırılması sonucunu birey açısından doğurmuştur.¹⁰⁰

Paradokslardan bir diğeri de Modernlikle birlikte kendi bireyselliğinin farkına varan insanın, diğerleri ile arasındaki farklılık çizgisini belirginleştirirken aynı zamanda benzerleriyle bir aynılaştırma sürecine girmeye zorlanışdır. Geleneksel yapıya nazaran kendi aklını ön plana çıkarırken bir yandan aklının araçsallığına kapılmakta, bireyselleşirken tüketim ilişkileri nedeniyle kitleleşmekte ve ardından pre-modern dönemin gerektirdiği, doğal ve bedensel zincirlerinden insanın kurtulması demek olan evcilleşmeyi yaşarken, bu süreçte ters orantılı olarak artan bir şekilde teknolojinin zincirlerine bağımlı hale gelmektedir.¹⁰¹ Bu süreç içerisinde kimliğini oluşturmaya çalışan, kendisini ifade etme yolları arayan ve en önemlisi de kendisine sunulmuş olan seçeneklerden nasibini kapmaya yönlendirilmiş birey, tam anlamıyla bir şaşkınlık içerisinde bulunmakta, gelgitler içerisinde bir hayata sahip olmaktadır. Konumuz özeli gereği estetik değer yargılarının kendisine aidiyeti şüpheli, davranışlarının ahlakiliği evrensellik ve yerellik arasına sıkışmış ve kendi varlığını başkalarının ön kabulleriyle sağlamaya çalışan bir birey. İşte bu birey modern bireydir. Öyleyse komik ama bir o kadar da ciddi bir soruyla karşı karşıya kalmaktayız. Bu soru: O halde modern birey kimdir? Cevap: Kim şeklinde bir soruyu soran, cevap olarak doğal bir şekilde kendisi olmayan, kendisi dışındaki bir kimliği sorgulamaktadır aslında. Ancak az sonra ele alacağımız üzere, modernlik bir diğer aşaması küreselleşmeyle, aradaki tüm farklılıkları yok etmek, ve hem iktisadi hem de iletişimsel açıdan yegane birliğe doğru sürüklemektedir. Bu itibarla farklı kimlikler, kitle kültürü karşısında aynılaştırmaktadır.

¹⁰⁰ Orhan Türkdoğan, *Değişme, Kültür ve Sosyal Çözülme*, Birleşik Yay., İst., 1996, s.s.81-82.

¹⁰¹ Van Der Loo, Van Reijen, a.g.e., s.s.34-35.

2.3. BİR DİĞER AŞAMA 'KÜRESELLEŞME VE DEĞİŞTİRİCİLİĞİ'

Küreselleşme kavramından kastettiğimiz, küresel çaplı bir kültürel sistemdir. Yani, dünyanın tek bir yer olarak düşünülmesini sağlayan bir bilincin şekillenmesi, bir bütün olarak dünyanın somut yapılaşması, yani dünyanın sürekli yeniden kurulan bir çevre olduğu düşüncesinin küresel düzeyde yayılması şeklinde ele almaktayız. "Coğrafyanın toplumsal ve kültürel düzenlemelere dayattığı kısıtlamaların azaldığı, insanların bu azalmayı giderek daha çok fark etmeye başladıkları bir toplumsal süreç"¹⁰² şeklinde özlü bir tanım yapılabilir. Tanımdan da anlaşılacağı üzere küreselleşme olgusu, aynı modernlik gibi kendisine özgü birtakım özelliklere sahiptir. Bunların başında, toplumsal ve kültürel bazı düzenlemeler gelmektedir. İşte bu düzenlemelerin başlangıcı modernlik sayılsa bile ondan başka bir tavır geliştirmesi, bizim küreselleşmeyi bir aşama olarak görmemize neden olmakta, çalışmamızda ayrı bir yer ayırma nedenimizi ortaya koymaktadır. Bu itibarla gerçekleştirilen ve çağcıl anlamda ele aldığımız güzellik yarışmaları, ırkların birbirlerinden farklılıklar arz etmelerine karşın güzellik kavramına ve güzelliğin yeniden tanımlanmasına neden olması ve bunlar yapılırken küreselliğin ön plana çıkartılması, çalışmamızın hipotezleriyle küresellik arasındaki ilişkiler olarak öne sürülebilir. Tanımın açıkladığı bir diğer özellik ise coğrafyaların kısıtlayıcılığının yavaş yahut hızlı bir şekilde ortadan kalkmaya yüz tutmasıdır. Pre-modern dönemde toplumlar arası ilişkilerin ve etkilenimlerin temel kaynağı, göçler, ticari seyahatler vb. gibi unsurlarken, çağımızın kitle iletişim teknolojilerinin gelişmişliği ve yaygın kullanımı, ilişkilerdeki coğrafi sınırları ortadan kaldırmaktadır. Doğaldır ki küreselleşmenin bu özelliği farklı bir toplumsal değişme aşamasına işaret eder. İnsanların bahsi geçen sürecin farkında olmaları da aslında sürece uygun hareket edebilme kıvraklığını gösterebilme zorunluluğundan ileri gelmektedir. Çünkü kimi sosyal bilimcilerin II. Dünya savaşı sonrası yaşanan süreci 'Post Modern' şeklinde sistemleştirme çabası içinde bulunmalarına rağmen modernlik öyle veya böyle devam etmekte, modernliğin bireylere toplumsal yaşam alanında kabul görebilme şartları öne sürmesi nedeniyle, birey varoluşunu uyum sağlamada görmekte, bu yüzden de küreselleşmenin de araçsal

¹⁰² Gordon Marshall, *Sosyoloji Sözlüğü*, (Çev: Osman Akınhay), Derya Kömürcü, Bilim ve Sanat Yay., Ank., 1999, Küreselleşme Maddesi.

akıl yol göstericiliğinde dikkatli bir takibi ve farkında olması zorunluluğunu gerektirmektedir.

Çalışmamız, genelde toplumsal değişme ve özeldede değişmenin göstergesi olduğu iddiasıyla güzellik yarışmaları olduğundan, başta kadınlar olmak üzere, gerçekleştirilen eylemlerin nedenleri üzerinde doğru verileri ortaya koyabilmek için küreselleşme olgusunu da belli yönleriyle ele almamız gerekmektedir. Bu yönler, küreselleşme ve değişim olgusuna etkileri, başlı başına bir değiştirici olarak küreselleşme ve bu sürecin kültürdeki farklı bir boyut ortaya koyması şeklinde olacaktır.

Herkesin farklı coğrafyalarda, bu coğrafyaya bağlı değişik iklim koşullarında, belli oranlarda bağımsız hammadde üretimlerinde, araç icadında, her türlü değer yargılarında yaşıyor olmalarına rağmen, bir şeyin tüm insanlığı ilgilendiren bir konu haline gelebilmesi ve var olan kimi problemlerin çok başka yerlerdeki insanları olumsuz etkilemesi, uzaktaki bir ekonomik sistemdeki dalgalanmanın yakındakinde de yaşanabilmesi ve tek bir kültürel ögenin eş zamanlı olarak farklı bir kültürde de yerini bulabilmesi vb. gibi hadiseleri yaşamaya başlamamız aslında çok da eskilere dayanan bir geçmişe sahip değildir. Başta teknolojik gelişim olmakla birlikte, kendisine iktisadi açılımlar da yaratan bu olgu, sadece iktisat ile açıklanabilecek bir konumdan uzaklaşarak, her türlü alanda etkilerini pozitif yahut negatif bir düzen içerisinde yaşatmaya başlamıştır. Daha iyi yaşamlardan haberdar olan toplumların bu isteklerine ulaşma arzuları, enformasyonun artan önemi karşısında daha çabuk ve daha yoğun bilgi elde edebilme çabası, rahatlıkla keşfedebilme imkanları, adalet, iyi, doğru, güzel, demokrasi, çağdaşlık, üretim, hak, özgürlük gibi kavramların karşılıklarının değişik kültürlerdeki açılımlarının farkına varılması, modern veya modern olmaya çalışan toplumların temel özelliği olarak belirttiğimiz akılcılığa (araçsal) çok uygun alternatifler oluşturmaktaydı ve oluşan rüzgara kapılma kolaylığına da sahip bulunmaktaydı. Bununla birlikte, homojen tek bir kültür de insanlar arası etkileşim ve küresel barış için mükemmel bir zemin olarak gözükmeye de devam ediyor. Ancak, homojen kültürdeki ağırlıklı unsurun aynı zamanda yönlendirici ve beklide son sözü söyleyen haline gelmesi, üretilenlerin modernliğe uygun olarak hızlı ve kolaylıkla tüketilebilmesinin imkanlarını küreselleşmeyle birlikte yürütmesinin, felsefi temellerinde dahi hala bir

birlik bulunmazken, değer yargılarının evrenselliğinin bu yargılardaki gerçeklik üzerinde sıkıntılar oluşturması, iletişim araçlarının toplumları kitle haline getirmesi ve bir simülasyon dünyasına doğru zorlaması gibi bir takım sorunları da barındırmaktadır. İşte bundandır ki toplumsal değişme de bir küresellik kazanmaktadır. Aslına bakılacak olursa “dünya birden bire büyüdü ve onunla birlikte hayat da büyüdü. Bir defa hayat artık dünya çapında bir hususiyet kazandı. Yani günümüzün vasat bir insanının var oluşu bütün yeryüzünü kapsamakta; her fert kendi hayatını yaşarken, bir alışkanlık içinde bütün dünyanın hayatını da yaşıyor.”¹⁰³

“Tek dünya kültürü doğuyor fikri genellikle iletişim, ulaşım ve ticaretteki gelişmelere dair gözlemlere dayanmaktadır. Bu gelişmeler dünya insanlarını öylesine birleştiriyor ki git gide aynı kıyafetleri giyiyor, aynı yemekleri yiyor, aynı gazeteleri okuyorlar. Batı giyim tarzı, transistor radyolar (televizyonlar), Coca Cola ve Mc Donalds hamburgerleri gibi metalardaki yayılma neredeyse dünyanın tüm bölgelerini kapsamaktadır.”¹⁰⁴

Bu öyle bir olgu haline geldi ki çeşitli nedenlerle küreselleşmeye karşı olan insanlar, bu sürece olan tepkilerini dahi dünyanın birçok yerinden gelen farklı kültürdeki insanlarla birleşerek ‘küresel’ bir biçimde dile getirmektedirler.

“Küreselleşme süreci eş anlı olarak iki kültür görüntüsü sunmaktadır. Bunlardan ilki tikel kültürü üst sınırlarına ulaştırmaktadır. Bu üst sınır ise küredir. Tüm heterojen kültürler dünyayı kaplayan tek hakim kültürün içinde erimektedir. İkincisi ise kültürlerin sıkışması ile ilgilidir. Farklı kültürler hiçbir örgütleyici prensip olmaksızın yan yana akmaktadır.”¹⁰⁵

Hem tek bir kültürde erime yaşanacak, hem de kendi varlığını koruyarak birlikte hareket edilecek. Her iki durum da belli iktisadi yapıya hizmet edecek. İşte küreselleşmeyi kendine özgü bir değişim kılan da budur. Ayrıca, küresel kültür sürekli bir ayrılma ve yeniden bütünleşme dinamiği taşımaktadır. Bu dinamik içinde küresel kültür; etnik akış-teknolojik akış-finansal akış-medya akışı olmak üzere dört boyutta akmaktadır.¹⁰⁶ Küreselleşmenin ortaya koyduğu değişim ve değiştirme yapısını net olarak anlayabilmek de bu boyutlar arasındaki ilişkilerin değerlendirmesinden geçmektedir.

¹⁰³ Ortega Y. Gasset, *Kütlelerin İsyanı*, Bedir Yay., İst., 1992, s.35.

¹⁰⁴ Haviland, a.g.e., s.506.

¹⁰⁵ Rana A. Aslanoğlu, *Kent, Kimlik ve Küreselleşme*, Asa Yay., Bursa, 1998, s.160.

¹⁰⁶ A.g.e., s.166.

Küreselleşmenin medyadaki etkilerine bakmamız gerekirse -ki güzellik yarışmalarının bu sayede milyarlarca insana ulaştığı düşünülürse zorunlu olarak uluslararası iletişimdeki etkilerinin özel bazı şekillerde görmek mümkündür. Şöyle ki:

Öncelikle televizyon küresel bir izleyici yaratmıştır. Her türlü yayının belli şartlar gerçekleştirildiği zaman (alıcılar, yansıtıcılar vs.) kolaylıkla ulaşılabilir hale gelmesi ve kitlesel beğenin yönlendiriciliğinde programların yayınlanmasıyla beraber, bu programların kitleleri yönlendirmesi durumu da ortaya çıkmıştır. İkinci olarak canlı yayınlarla gerçekleşen küresel aleniyet olayları ve aktörlerini etkilemektedir. Olumlu veya olumsuz hadiselerden anında haberdar olmanın hızlı ve sert etkisine maruz kalmak şeklinde de algılanabilir. Üçüncü olarak küresel televizyon, kamuoyunun oluşumunda özellikle bir role sahiptir. Yapılan yayınların içerisine eklenen yorumlarla, izleyenin belli şeylerde yoğunlaşması kolaylıkla sağlanabilmekte, kimi olay ve olgular hakkında dezenformasyona başvurularak, televizyonun aleniyeti nedeniyle verilen olduğu gibi almaya hazır izleyicilerin fikirlerini oluşturmada etkilidir. Dördüncü olarak televizyon bir arabulucu rolü oynar. Ve son olarak televizyonun olaylara katılımı, medya gerçekliği ile toplumsal gerçeklik arasındaki sınırları belirsizleştirir. Bu bizi medyanın 'sosyal gerçekliğin' belirleyicisi rolüne ve belki de daha ötesine götürür. Medyanın realiteyi belirleyişi, medya tarafından hangi olayların verildiği ve haber verme tarzları, bizim dünyayı algılayışımızla ilgilidir.¹⁰⁷ Az önce de belirttiğimiz gibi bizim dünyayı algılayışımız medyanın tarzını belirlemekte, medyanın tarzı bizim algılarımızın çeşidini tayin etmektedir. Dolayısıyla medyanın kendi içinde küreselleşmesinin yanı sıra küreselleştirmeye olan etkilerini de görmezden gelemeyiz. Ama daha önemlisi de küreselleşmenin değiştiriciliğidir.

Modernlikte ifade etmeye çalıştığımız hadise, küreselleşmede de karşımıza çıkmaktadır. O da bir anlamda dışlamak olarak karşılığını bulabilir. "Günümüz globalleşmesi o kadar globaldir ki kendi çizgisi dışında kalmaya çalışan her şeyi ya kendi çizgisine getirmekte, ya da marjinalleştirmektedir."¹⁰⁸ Bu marjinalleştirme

¹⁰⁷ Güliz Uluç, "Medya Yapılarının Küreselleşmesi", *Doğu Batı*, S: 16, Ank., 2001, s.s.214-215.

¹⁰⁸ M. Ali Kılıçbay, "Kültür Çoğunluğu Sona Eerken", *Doğu Batı*, S: 16, Ank., 2001, s.81.

'cezasını' uygularken küreselleşmenin kültürel düzeydeki yaptırımını ne olabilir? Bu sorunun cevabı olarak, olgunun tüm dünya toplumlarını "hibrit"¹⁰⁹ bir vaziyete sokma çabası içerisinde, var oluşunu bu olguya bağlı olarak görmesini sağladığı toplumlara, var oluşunun tehlikede olması ile korkutarak sağladığı kanaatindeyiz. Sadece bununla kalmakta mıdır? Tabii ki hayır. Önce belirtilen akışlardan finanssal akışı yani ekonomiyi Kılıçbay, günümüzde makro globalleşmenin yegane aktörü olarak görmektedir.¹¹⁰ Kapitalizmle her şeyin ekonomik bir değere sahip olduğunun daha bir net görülmesi, üretilenlerin veya satılabilecek hale getirilmiş her şeyin tüketimi için geniş pazarlara ihtiyaç duyulması ve küreselleşmeyle tüm dünya, en ücra köşesine kadar Pazar haline gelmesi, ekonomik dengeleri de daha bir hassas hale getirmişti. Bu yüzden denge kayıpları ciddi ekonomik kayıplara yol açacağından bu küresel düzeyde ülkelerin, siyasal faaliyetlerini yeniden konumlandırmalarına neden olabilecek kadar önemli bir durum arz etmekteydi.

Dikkatli bir şekilde düşünülecek olursa, her tartışmanın belli bir yönlendirmeyi arzuladığı görülecektir. Tartışma konusu öyle veya böyle insanları peşinden sürükler. Bugün de dünya küreselleşme olgusunu tartışıyor yani dünyayı yönlendirmek istiyor.¹¹¹ Bunun yanı sıra gerçekten de ekonomi küreselleşmede küreselleştirici unsurdur çünkü, kapitalizm ile birlikte açıklanabilecek bu durum "ilk önce dünyanın Batı Avrupa parçasını ekonominin emirleri doğrultusunda devinir hale getirmiş ve sonra ve sonra genetik kodunun gereği olarak, dünyanın ekonomik fethine çıkmıştır. Çünkü kapitalizmin belli bir mekanda istikrar kazanması olanaksızdır, bütün dünyayı kapitalistleştirmek boynunun borcudur, yoksa var olamaz."¹¹² Yine serbest pazarda yerlerini alan küresel aktörlerin yoğunluğu, dışarıda kalanların rekabet gücünü kat be kat aşan bir seviyede bulunması, küreselleşmenin zorlayıcı yönünü oluşturmaktadır. Siz istesiniz de istemeseniz de toplumunuz küreselleşmenin doğurduğu ortamda yaşamaya başlamış, Malezya'daki bilgisayar fiyatlarının ucuzluğundan konuşup, Brezilyanın Rio karnavalının üzerinde fikirlerini söylemekte, içtiği Coca Cola'nın tadının Amerika'da da aynı mıdır? sorusunu merak etmekte,

¹⁰⁹ Aslanoğlu, a.g.e., s.171.

¹¹⁰ Kılıçbay, a.g.e., s.82.

¹¹¹ Taşkın Takış, "Fantastik bir Festival: Küreselleşme", *Doğu Batı*, S: 16, Ank., 2001, s.5.

¹¹² Kılıçbay, a.g.e., s.86.

İrlanda halk danslarının estetiği hakkında konuşurken, yeni çıkan Avustralyalı şarkıcının CD'sini, posterleri, adının ve resminin basılı olduğu T-Shirtleri, çıkartmalarını, video kliplerini, şarkı sözleriyle birlikte İnternet üzerinden dünyanın her yerinde geçerli kredi kartı ile satın almaktadır. Bu sadece alışveriş için geçerli değildir. Ülkesindeki idam cezasının doğruluğu veya yanlışlığını Amerikanın yasal sisteminden örnekler getirerek açıklamaya çalışan insanlarımız, devlet yapılanmasının da Avrupa Birliğinin istediği şekilde gerçekleşmesinin zorunluluğunu kabul etmektedir. Ve tabii ki dünyanın her yerinden gelen kadınlar, sponsorların dağıttığı hediyelerin gölgesinde, koreografların evrensel sanatın biçimlendirdiği çalışmalarını uygulamaya çaba gösterirken, arkalarında uluslarının manevi desteğini hissederek onları en iyi şekilde temsil etmeye çabalamaları da bu şekilde düşünülebilir. Küreselleşmenin "iyiliği, ya da kötülüğü belki tartışılabilir ama, kaçınılmazlığı ortadadır. Bu çerçevede, bütün dünyayı etkileyen bu oluşumun, sonuçlarını iyi kestirmek ve ona göre davranmak çağdaşlığın ve güncelliğin bir gerekliliği olarak ortaya çıkmaktadır."¹¹³

"Küreselleşme; ekonomik ölçeği büyütmede, benzer tüketiciler oluşturmakta, araştırma ve geliştirme birimlerinin çoğalması ile ürün çeşitliliğini artırmakta, teknoloji transferlerini hızlandırmakta, küresel rekabet sonucu fiyatları dengelemekte iken, gelişmekte olan ülkelerin korumaya çalıştığı milli para, milli kültür, milli dil ve milli kaynakların korunmasını adeta imkansız kılmakta ve işletmelerin tanıtım amaçlı harcamalarını, dışsal giderlerini artırmakta, çok para, fazla zaman ve yoğun emek gerektirmektedir."¹¹⁴

Küreselleşme olgusunun, etkilerini en fazla hissettirdiği alanın kültürel alan olduğunu söyleyebiliriz. Bir toplumun temel karakteristiğini, kimliğini ortaya koyan kültür, her türlü küresel yaklaşımın etkisi ve baskısı altındadır. Bu yüzden, kültürün de küreselleşmeyle farklı bir mecraya kanalize olduğu ve biçim değiştirdiği aşikar bir şekilde karşımızdadır. Belirgin amaçlarının dışında kültür öğelerinin küreselleşmede homojenleştirici güç haline gelmesi ve süreçte öne çıkan kavramların kültür haline gelmesiyle karşı karşıyayız. Kitleleşme ile birlikte kitle kültürü, popülerliğin artması ve öne çıkmasıyla popüler kültür, tüketime yönlendirmeye tüketim kültürü vb. gibi. Ulusa ait kültürel arka planların göz ardı edilerek, dünya insanları arasındaki kültürel

¹¹³ Emre Kongar, "Küreselleşme, Mikro Milliyetçilik, Çok Kültürlülük, Anayasal Vatandaşlık", http://www.kongar.org/makaleler/mak_kum.php, 28.04.2002.

¹¹⁴ Hüseyin Demir, "Küreselleşme Sürecinde Şirketlerde Birleşme ve Tür Değiştirme", <http://www.foreigntrade.gov.tr/ead/DTDERGI/tem98/kuresellhtn.htm>, 07.03.2002.

sembollerin takasının hızlanması anlamını taşımakta ve bu süreç, yerel-ulusal kültürde değişmelere neden olmaktadır.¹¹⁵ Bu bağlamda “Kültürel alandaki değişmeyi tanımlamada, tüm toplumlarda tüketimin sosyal işlevinin aynı olması, toplumların ortak paydası niteliğini taşımakta ve tüketim kültüründe bu işlev, kimliğin temel kaynağı ve bireyin kendisini ifade etmesinin bir aracı olarak belirginleşmektedir.”¹¹⁶

Hazır kimlikten bahsetmişken, küreselleşmenin bu alandaki etkilerini de ele almamız gerekir. Genel özelliğini bu alanda da ortaya koyan globalleşme, hakim tema olarak farklı kimliklerin homojenleştirilmesi, dünya sisteminde ise farklı toplumsal birimlerin hemen her bakımdan ancak özellikle ekonomik politikalar bağlamında birbiriyle bağlantılandırılması¹¹⁷ olarak karşımıza çıkmaktadır. Halbuki kimlik, toplumu ve toplumu oluşturan ben’i tanımlarken, ben ve diğeri ayırımında kurularak, orijinallik duygusunu pekiştirmek, diğerlerinin gözünde değerli olmak, toplumsal olarak tanınmak ve onay görmeyi de bünyesinde barındırmaktadır.¹¹⁸ Dolayısıyla “Günümüzde toplumsal kimlik oluşumunu belirleyen koşullar yalnız statü, din ve kırsal ya da kentsel kökenle ilgili yerel özellikleri değil, kültürün küreselleşmesinden kaynaklanan etkilerin gittikçe karmaşıklaşan ağını da kapsamaktadır.”¹¹⁹

Kültürün küreselleşmesi sonucu ortaya çıkan yeni yapı, toplumu dünyanın halihazırdaki şartlarına uyum sağlama ve varoluşunu ispat edebilme ile ilgili bir takım olay ve olguları gerçekleştirmeye sevk etmektedir. Bu olaylardan birisi de ‘Güzellik Yarışmaları’dır. Bütün açılardan ele alındığında kültürel bir aksiyon olarak değerlendirilebilir. Şöyle ki –işin içerisinde yarışmanın bulunması nedeniyle diğerlerinden üstün olanı belirleme gayesi ve kesin bir sonuca ulaşmanın varlığını da düşünerek- güzel kadını seçmek noktasından hareket edersek, kültürel bir öge olarak estetik değer yargısının küresel izdüşümünü; düzenlenen organizasyonlardaki sponsorluk ve reklam yapabilme kapasitesi açısından yaklaşırsak, küreselleşmenin

¹¹⁵ Nalan Yetim, “Küresel Üretim Yapılanmasına Kültürel Yanıtlar: Ulusal-Yerel”, *Doğu Batı*, S: 16, Ank., 2003, s.s.130-131.

¹¹⁶ A.g.m., s.131.

¹¹⁷ Dilek İmançer, “Çağdaş Kimliğin Yapılanma Süreci ve Televizyon”, *Doğu Batı*, S: 23, Ank., 2003, s.241.

¹¹⁸ A.g.m., s.234.

¹¹⁹ A.g.m., s.249.

getirdiği tüketim kültürünü; katılan tüm kadınların birbirine çok yakın bedensel ölçülere sahiplikleri küresel homojen kültürün standartlaştırma ve benzeştirme çabasını; yarışmalara ilginin çokluğu durumunu, kadının toplumdaki konumunu yeniden belirleme ve kimlik kazanma arzusu ve varlığını, özgürlüğünü erkek egemen bir dünya da elde edebilme gayreti; medyanın organizasyonları tüm dünyaya aktarmasını, halkın isteği olarak gördüğü popüler kültür çatısı altında işleyerek, ikonize etme ve bunun üzerinden tüketim kültürü öğeleri haline getirmesini ve yapılan tüm faaliyetlerin kamuoyuna aktarıldığı amaç doğrultusunda işlenip işlenmediği noktasından hareketle, yukarıda saydığımız her şeyin ahlaki konumlanışının küreselleşmeyle ne gibi bir değişime uğradığı vb. gibi daha bir çok hususiyetin kültür ile birinci elden bağlantısını ortaya koymaktadır. Bu yüzden, güzellik yarışmalarını kendi içerisinde değerlendirmeden bir adım önce kültür konusunu ayrı bir başlıkta açıklamaya çalışmamız doğru olacaktır.

2.4. KÜLTÜR VE KİTLE KÜLTÜRÜ

Çalışmamızın ilk bölümünde, estetik ve ahlak değer yargılarının kaynakları üzerinde dururken ele aldığımız kültür konusunun, içeriği ve toplumsal değişimdeki baş rolü nedeniyle bu sefer daha ayrıntılı bir şekilde ortaya koymaya çalışacağız. Başlığın 'Kitle Kültürü' ile bir arada verilmesi, tezimizin başlangıcından itibaren var olan değişimin kültürdeki iz düşümü nedeniyledir. Öz bir şekilde tekrar edecek olursak; estetiğin temel yargı ifadesi -olumlu/olumsuz- olan güzel ve çirkin, ahlakın temel yargısı olan doğru ve yanlış; bir toplumun davranışlarını ve hayata karşı tavırlarını belirleyen 'kültürün' öğelerindedir. Öncelikle bizim toplumumuz olmakla birlikte dünyanın her yerindeki toplumlar kendilerine özgü kültürel yapılarında, dünyanın içinde bulunduğu çağın gereği olarak bilinçli bir şekilde gerçekleştirilen yahut doğal akışıyla bir takım değişikliklere maruz kalmış bulunmaktadır. Değişimin yoğun olarak kendini gösterdiği dönem ise, aslında ilk nüvelerini aydınlanma ile gösteren ve ardından sanayi devriminin oluşturduğu üretim ve üretime bağlı bireysel ve toplumsal yeniden konumlanış ile gerçek varoluşunu yaşayan 'modernleşmedir'. Bu süreçte estetik ve ahlakın kendini eski haliyle muhafaza edebildiğini düşünmek mümkün gözükmemektedir. Sürecin devamında yaşanan ve hala kendisini tamamlayamamış olan

küreselleşme rüzgarı ile, tüm yukarıda bahsettiğimiz yapıdaki değişimi farklı bir boyut kasanmış ve modernliğin ortaya koyduğu parametreleri bir adım daha öteye götürerek, kültürel özgünlüğün korunması ama aynı zamanda bir tek hakim kültür içerisinde eriyip melezleşme durumunu üzerinde ifadelemiştir.

Önümüzde bir vakıa var. Dünyanın çok büyük bir bölümünde güzellik yarışmaları düzenleniyor. Kadının bedensel estetiğinin toplumdan topluma farklılık gösterebilecek kültürel bir olgu olmasına rağmen her toplum kendi güzelini değişik ön sıfatlarla seçmekte ve uluslararası organizasyonlarda ulusunu temsilen görevlendirmektedir. Ulusal-Uluslararası, küresel ve lokal iç içeliği tam da küreselleşmenin dizaynına uyuyor. Kültürdeki bu farklılık nasıl oluyor da bir arada, ve hiç itiraza mahal vermeden bulunabiliyor? Sorusu burada cevap bekliyor. Biz bu çalışmada cevabın bir bölümünün 'kültürün, kitle haline gelmiş toplumların kültürüne dönüşmesinden kaynaklandığını' düşünmekteyiz. O yüzden de kültürü bir kez daha ve fakat kültür ve toplum/birey, kitle ve kültürü, popüler kültür açısından irdelemeliyiz.

2.4.1. Kültür ve Toplum/Birey

Kültürün, "İnsan türüne özgü, inanç ve davranışlar bütünü ile bu bütünün parçası olan maddi nesnelere. Toplumsal yaşamın dil, düşünce, gelenek, işaret sistemleri, kurumlar, yasalar, aletler, teknikler, sanat yapıtları gibi her türlü maddi ve tinsel ürünü kapsamına alır."¹²⁰ Şeklindeki tanımından da anlaşılacağı üzere tekil olarak insanı ve bütün olarak toplumu kapsayan, çevreleyen, yönlendiren ve bir anlamda yöneten bir unsurdur kültür. Kavram insanı ve toplumu çevreliyor ama niçin? Varlık sebebi olarak da şu alıntıyı yapmamız konuyu açıklığa kavuşturacaktır:

"İnsanlar karşılaştıkları problemleri çözmek için kültürlerini korurlar. Bir kültür hayatta kalabilmek için, kurallarını uygulayanların ana ihtiyaçlarını tatmin etmeli, kendi devamlılığını sağlamalı ve toplum üyelerinin düzenli varlığını temin etmelidir. Böylece bir kültür, bireylerin kişisel çıkarları ve bütünsel olarak toplum ihtiyaçları arasında bir denge kurmalıdır. Sonuçta bir kültür, yeni koşullara ya da var olan koşulların değişik algılamalarına uyum sağlamak için bir değişme kapasitesine sahip olmalıdır."¹²¹

¹²⁰ Oğuz Adanır, "Kültür İle Zihniyet", Doğu Batı, S: 23, Ank., 2003, s.23.

¹²¹ A.g.m., s.s.63-64.

Doğa ile aleni yahut gizil bir savaşım içerisinde bulunan insanoğlu, yaşamını devam ettirebilmek için, hayati öneme sahip olan sorunlarıyla baş edebilmeli ve her şekilde ayakta kalmalıdır. Kültür tüm öğeleriyle bunu sağlar ve belirtilen süreçte değişim ve dönüşüme de açık olmalıdır. Tabii bu arada şunu unutmamak gerekir ki günümüzde, insanların sorunlarını çözebilmek için varlığını koruyan kültür bir yandan da sorunun kendisini oluşturmaktadır. Çünkü artık dünya üzerinde kültür, her toplumun kimliğini belirleyen olma özelliğinden uzaklaşarak evrensel bir temelde yeniden üretilen haline getirilmiştir. Bu itibarla küreselleşme sürecinde sorun oluşturan bir konumda bulunmaktadır.

Kendisine insan ve onu mükemmel bir şekilde hayata hazır hale getirmek hedefini belirleyerek dünya görüşleri ve toplum anlayışlarının belirlediği kültür, kendi hedefleriyle uyumlu bir hayat tarzı ve davranış biçimi ortaya çıkarmaktadır. İnsanlar buna uygun hareket ederek hem amaçlarına ulaşma çabası içerisinde girmiş olurlar hem de bunu yaparken toplumun geri kalan kesiminin de onay verdiği (ahlaki yargı olarak doğru bulduğu), 'biz'e uygun eylemlerde bulunmuş olurlar. Bu kültür insanları bir bütün olarak yaşama tarzıyla karşı karşıya bırakır.¹²² Bu yaşama tarzına uygun hareket etmek ahlaki olarak adlandırılır. Şayet doğal veya bilinçli gerçekleştirilen bir takım değişiklikler olursa bu yaşama tarzı da etkilenir. Tarz, içinde barındırdığı her bir öğeyi, varlığını devam ettirebilmek adına değiştirmek zorundadır.

Toplumsal yaşam alanında bireyin eylemlerinde, eylemi nasıl gerçekleştireceğini belirleyen en önemli unsur zihniyettir. Bu zihniyet, kültürden bağımsız olarak düşünülemez. "Bir topluluğun düşüncesini bilgilendiren ve yönlendiren ve bu topluluğa ait her bireyde görülen inanç ve düşünce alışkanlıklarının tümü"¹²³ şeklinde tanımlanabilecek olan bu kavram, toplumu ve insanın davranışlarını anlamada zorunlu olarak gözettiğimiz bir hususiyettir. O yüzden insan davranışını; yaşam alanı, amaç, amaca götüren kültür, kültürün belirlediği zihniyet, zihniyetin ön gördüğü davranış kalıpları, davranış kalıplarının toplumsal değişimdeki yeniden üretimi,

¹²² Şener, a.g.e., s.s.117-118.

¹²³ Adanır, a.g.m., s.25.

kalıpların uygunluğunu değerlendiren ve kültürel öğeler olan değer yargıları, davranış, davranışın neden olduğu yeni durumlar olarak determinist bir yaklaşımla tekrar tekrar ele alınması gerekmektedir. Güzellik yarışmalarının ortaya çıkmasından itibaren sonuçlarına kadarki tüm aşamalarını bu açıdan değerlendirilmesi gerektiğini düşünmekteyiz. Bir diğer düşüncemiz de bahsedilen tüm aşamaların güzellik yarışmalarında da söz konusu olduğu ve bunun önceki toplumsal yapıdaki değişmelerin bir göstergesi olduğudur. Şimdiye kadar yaptığımız açıklamalar, zincirin davranış kısmına kadarki bölümünü ortaya koymaktadır.

Toplumsal bir varlık olarak insanın, herhangi bir şeyin etkisi altında bulunmadan sadece salt aklıyla hareket etmediğini bilmekteyiz. O halde kabul etmemiz gereken bir diğer olgu da eylemde bulunan insanın belli sınırlar içerisinde bunu gerçekleştirdiğidir. Bu durum, tüm sınırları kaldırdığı iddiasında bulunan küreselleşme süreci içerisinde dahi geçerlidir. Çünkü, “kültürün bilinen ve bilinmeyen yönleri insan davranışlarını sınırlandırmaktadır.”¹²⁴ Karşı karşıya kaldığı durumların dünya üzerindeki tüm alternatif çıkışlarını bilmesini insandan bekleyemeyiz. İlk ve beklide ayrıntılı olarak tek bildiği içinde doğduğu toplumun kültürü olacaktır. Bu durum da bireyi otomatik olarak sınırlar içerisine sokmaktadır. Çerçeve olarak da olsa bildiği kültürün, sahip olduğu değerlerle ilgili olarak düşünülmesi gerekir. Açıkça ifade etmeliyiz ki kültürler aynı zamanda birer değerler sistemidirler ve bu değerlerin temelinde iyi-kötü gibi hükümler bulunmaktadır.¹²⁵ Değer yargılarının etkisi altında insanın tam bir bağımsızlığından söz edilemez. Bununla beraber ilginçtir ki toplumsal değişimin rüzgarında kalan kültürün değer yargıları da değişime uğrayacağından, değişimin parametresi özgürlük olsa bile aynı küreselleşme sürecindeki gibi, bir sınırlamadan bir başka sınırlamalar içerisine girilmektedir.

Kültürün toplum ve birey açısından bir başka etkisi de, onun aynı zamanda bir simgeleştirme aracı olması ve kimi unsurları bu simgeler vasıtasıyla algılama eğiliminde olmasıdır. “Bazı kuramcılara göre kültür insanın simgeleştirme, nesnelere ve olaylara duyuları aşan bazı anlamlar verilmesini sağlar.”¹²⁶ Konumuzla ilk elden ilgisi

¹²⁴ Şener, a.g.e., s.118.

¹²⁵ A.g.e., s.s.118-120.

¹²⁶ Adanır, a.g.m., s.s.23-24.

bakımından bu duruma ‘kadın’ı örnek olarak gösterebiliriz. Bir başka açıdan bu örneği sonra ele alacağımız popüler kültür bahsinden farklı olarak, toplumumuzda ve aslında tüm toplumlarda ilginç bir benzerlikle kadının kültürel bakımdan, üzerine doğal olandan başka başka anlamlar yüklenerek, bazı şeylerin simgesi halinde algılandığını açıkça görmekteyiz. Namus anlayışının simgesi olarak, anne simgesi olarak, çalışan simgesi olarak, cinselliğin simgesi olarak, aşkın simgesi olarak, tarihin kimi zamanlarında şeytanın simgesi olarak ve yarışmaların özü gereği ‘güzelliğin’ simgesi olarak. Bozkurt Güvenç simgeleştirme olayının kaynağını şu şekilde anlatmaktadır:

“Bu dünya da (insan) sesini söze, sözünü sözcüğe, sözcükleri sözlüğe, sözlüğü yazıya, yazıyı resme, resmi musikiye, musikiyi notaya, notayı sanata, sanatı savaşa ve savaşı sanata dönüştürebilir. Çünkü o bir ‘Homo Symbolikus’, soyutlama, simgeleştirme cambazıdır. Değerler, anlamlar üretir. Ürünleri yeniden yaratır. Her imgeyi, her simgeyi her dile yükleyebilir. Temel ihtiyaçlarını karşılarken, öncesi bilinmeyen yeni yeni ihtiyaçlar yaratır. Hazırı tüketir, biteni yeniden üretir. Kimi, neleri, ne kadar üreteceği; kimin ne tüketeceği, çalışanların ve çalışmayanların bu işlerden nice pay alacağı gibi sorunlar onu bir Homo politukus yapar.”¹²⁷

Bu doğrultuda daha önce bahsettiğimiz değişim aşamalarını yaşamış yahut yaşamaya devam eden toplumlarda toplumun kitleleşmesiyle birlikte bu durumdan kültür de nasibini alır ve dönüşüme uğrayarak kitle kültürü adını alır. Bunun en önemli özelliği de “gelişen üretim tekniklerinin kültürel üretim alanlarına da uygulanabilmesi”¹²⁸ olanağıdır. Yani kültür, her haliyle üretim ilişkileri içerisine dahil edilmiş ve bu yüzden de tükettirilmesi gereken bir ‘meta’ haline gelmiştir. Hemen bahsetmemiz gerekir ki bu durum birey, toplum ve kültür açısından endişe edilmesi gereken veya bu öğeler için kötü olarak değerlendirilebilecek bir olgu mudur? Yani insanların problemleri çözebilmek maksadıyla başvurduğu kültür öğesi, üretilmiş bir biçimde, hazır, kolaylıkla uygulanabilir ve kullanımından sonra terk edilebilir bir biçimde bulunmasının neresi kötüdür? İnsanları endişelendiren, sosyal bilimciler tarafından eleştiriye tabi tutulan ve kötü olarak nitelendirilen kısmının temelinde, üretim ilişkilerinin şekli, amacı ve ahlakiliğinin yattığını düşünmekteyiz. Yani; kapitalist sistemin beraberinde getirdiği liberal ekonomik düşünce ve serbest pazarın üretilen her şeyin ne olursa olsun satılması ve yeniden üretilebilir hale getirilmesi ilkesinin bütün olarak bir kültür ve bağımsız bir şekilde öğelerine de uygulanabiliyor olması; kültürün

¹²⁷ Bozkurt Güvenç, *İnsan ve Kültür*, Remzi Kitapevi, İst., 1999, s.s.319-320.

¹²⁸ Nabi Avcı, *Kitle Kültürü ve Enformatik Cehalet*, Rehber Yay., Ank., 1990, s.38.

toplumu toplum yapan 'kimlik' ile olan ayrılmaz bağı, toplumsal yapının akültürasyonunu engelleyiciliği, değer yargılarının da bu alanda algılanması, doğru zaman ve şartlarda doğru ögenin harekete geçmesi üzerindeki inanılmaz belirleyiciliğinden ve aslından saptırabilme kuvvetinden kaynaklanmaktadır. Üretilen kitle kültürüne gerçekten ihtiyacımızın olup olmadığı tartışmalıdır ve aynı zamanda bunun sadece rant elde etmek maksadıyla yapıp yapılmadığı da şüphelidir.

2.4.2. Kitle ve Kültürü

Bir toplumda alışlagelmiş kültür formlarının dışında kendilerini tanımlayan, toplumun norm ve değerleriyle çatışan kimi oluşumlar 'karşit kültür'¹²⁹ olarak ifade edilegelmektedir. Her ne kadar bu oluşumlar zaman içerisinde toplum tarafından içselleştirilerek 'normal' kategorisine konulsa da her daim karşit kültür oluşumu gerçekleşecektir. Günümüzde toplumumuzun hala temelinde geleneksel unsurlarının hissedildiği kültürün karşısında da 'Kitle Kültürü' bir karşit kültür alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yüzden de o esnada egemen olan kültür karşısında bir tehdit unsuru olarak durmaktadır.¹³⁰ Aslında birbirinin içine geçmiş bir vaziyette bulunan kimi süreçler kitle kültürüyle de alakalıdır. 19. yy. da başlayan sanayileşme ve buna bağlı gelişen modernleşme hareketleri, toplumsal yapının da kitleleşmesine neden olmuştur. İlk olarak Amerika üzerinde çalışmalar yapan ve incelemelerde bulunan Tocqueville'in -kendisi bu kavramı kullanmamış olsa da- çoğunluğun tiranlığı ya da sürü zihniyetinin toplumun kurban olabileceği bir süreç şeklinde öngörüsünden hareket edilerek temellendirilmiş bir kavramdır.¹³¹ Bir arada yaşayan, kalabalıklar şeklinde hareket eden ve buna rağmen birbirlerinden haberdar olmayan bireylerin oluşturduğu bir yapı. Bu durumun varlığı bizim için toplumsal değişimin bariz bir göstergesidir. Geleneksel yapının değişmesiyle modernliğin egemenliği, ardından buna bağlı olarak araçsal da olsa bireyin aklını öne çıkarttığı ve bilinçli gerçekleştirdiği faaliyetlerinin yerini, kitlelerin şuarsuzca yaptıkları ve bir anlamda 'başkaları da yaptığı için' gerçekleştirilen

¹²⁹ Türkdoğan, a.g.e., s.70.

¹³⁰ A.g.e., s.201.

¹³¹ Marshall, a.g.e., Kitle Toplumu Maddesi.

faaliyetler almıştır. Çağımızın önemli vasıflarından birisi de budur.¹³² Peki hangi vasıflara sahip olan birliktelikler, toplumu kitle haline getirmektedir? Toplumu kitle haline getiren vasıfları, kolayca tahrik edilebilmeleri, kızgınlıkları, akli muhakeme kabiliyetsizlikleri, hüküm verme ve tenkit etme kabiliyetlerinin olmaması ve duygularındaki aşırılık¹³³ olarak belirlemek mümkündür. Yapılan tahriki kolaylıkla istenilen yöne, istenilen zaman için harekete geçirebilme olarak algılamaktayız. Her çeşit farklılıklarına rağmen, belli alanlardaki benzerliklerini önemseyerek kitle haline gelen bireyler, aynı konuda birbirlerinden habersizce aynı tepkiyi (olumlu-olumsuz) vermektedirler. Bu durum da az önce söz ettiğimiz sürü zihniyetinin beyanıdır. Kızgınlıkları da yaşanan hayata karşı bireysel yeniden konumlanmalarını, kitlenin istediği şekilde gerçekleştirmek ve bunun önündeki engellere karşı duyulan hıncın, bu engelleri aşmaya yönelik davranışa aksetmesi olarak açıklayabiliriz. Üçüncü maddede söylenilmek istenen de, kitlelerin düşünmek yerine, kitle adına düşünenlerin fikirlerine meyl etmek veya dün ile bugün arasındaki olguları birbiri ile ilişkileri açısından değerlendirip, geleceğe şekil vermek gibi akli bir çabayı göstermek yerine, bugün, karşısında duran ve arzu ettiği şeyi alabilmek için yapması gerekenleri düşünmeden yapan bir özelliktir. Bu durum kültürün üretilip tüketilen bir meta haline gelmesi karşısındaki endişelerle çok örtüşmektedir. Kitlelerin bu özelliği, karşılaştığı şeyin hakkında kendine özgü bir açıklama yapma veya kendisine sunulan yahut dayatılan şeyler üzerinde herhangi bir eleştiri yapamıyor olmasını ifade etmektedir. Hüküm verme, ele alınan olay ya da olgu üzerinde belli oranlarda da olsa derinlemesine bilgiyi gerektirir. Halbuki kitlenin derinlemesine bilgi sahibi olmasında olanak yoktur. Kitle sonucun arkasındaki nedenlerle ilgilenmez. Sonuç, o an için kendisi açısından uygun bulduysa alınır. Tenkit de bir bakıma kendisini amacından uzaklaştırıcı bir mahiyet arz eder. An'da gerekli olanı eleştiri yıpratır, bazen de kullanılamaz hale getirir. Bunun yanı sıra, eleştirilmesi gereken şeyin nasıl eleştirileceği de kitleye hazır olarak verilmektedir. Zaman zaman uğruna elbiselerini bile parçalayabilecek, kendisini yaralayabilecek, evden kaçabilecek ve tüm yaşam düzenini bozabilecek kadar çok sevmek; bir anda linç edebilecek kadar nefret edebilmesi, ertesi gün unutabilecek kadar önemsiz görmesi, önce sövdüğüne, sonra sevgi gösterilerinde bulunabilecek kadar

¹³² Le Bon, a.g.e., s.10.

¹³³ A.g.e., s.s.28-29.

duygularının aşırılığı, kitle toplumunun bu metindeki son özelliğini anlaşılır bir dille açıklamaktadır.

Tüm bu özelliklerin üzerinde, özellikleri meydana getiren bir husus daha vardır ki o da 'kollektif şuur'dur. "Kollektif şuur içerisinde bireylerin akli kabiliyetleri ve şahsiyetleri silinir. Aynı türden olmayan, türdeş olanın içinde boğulur ve böylece şuuraltı özellikleri hakim duruma gelir."¹³⁴ Bu itibarla, kitle içerisinde hiçbir zihinsel üstünlük söz konusu edilemez. "Cahil ile aydın, kitle içerisine girdikleri andan itibaren olaylar karşısında takınabilecekleri objektif tavır ve gözleme bakımından aynı düzeye inmektedirler."¹³⁵ Örneğin bir futbol müsabakasında, aynı tarafta yer alan bir profesör ile herhangi bir tahsili bulunmayan ve bulunması için de hiçbir çaba göstermemiş birisinin, kendi takımlarını desteklerkenki tezahüratlarında, sözler üzerindeki his ve yaklaşımı aynı derecede hissederler. Aynı şekilde küfürde de bu durum geçerlidir. Duygular, telkin ve yayılma yoluyla toplum içerisinde büyük bir katılım sağlandığından, o duygunun gücü büyük oranda artmış olur.

Nasıl ki kültür, insanların zihinlerinde bir takım simgeler oluşturma özelliğine sahipse, değişimin ardından yaşanan kitleleşmenin kültürü de insanları 'stereotip'leştirmektedir. "Bir grup kişiye (etnik, cinsel, mesleki gruplar) atfedilen özellikler bütünüdür ve belirli bir objenin algılanmasında önceden oluşmuş bir takım izlenimlerle kafamızda oluşan imgeler"¹³⁶ olarak tanımlanabilen bu kavram, bize kitle kültüründeki bireylerin kolektif şuur oluşturabilmelerindeki birlikteliği açıklamaktadır. Önceden oluşmuş ya da kitle kültüründeki hakim tema tarafından oluşturulmuş imgelerle algılayan bireyler arasında, inanılmaz bir algı, düşünce ve sonunda da eylem birlikteliği sağlanabilmektedir.

Kitle insanı tüm bu yapı içerisinde doğal olarak farklı bir psikolojiye sahip olacaktır. Yapı etmeleri de bu anlamda değerlendirilmelidir. Genel olarak iki ana öge üzerinde bu psikolojiyi ele alabilmekteyiz. Bunlardan biri hayati arzularının dizginlerinden kurtularak serbestçe yayılması, diğeri de şahsiyetinin de açılıp yayılması.

¹³⁴ A.g.e., s.23.

¹³⁵ A.g.e., s.33.

¹³⁶ İmançer, a.g.m., s.246.

Aslında bu durum şımarık bir çocuğun bilinen psikolojisinden örnekler taşımaktadır.¹³⁷ Arzulayan ve arzuladıklarının 'hemen' gerçekleşmesi için uğraşan, zaman zaman sızlanan ve her ne pahasına olursa olsun isteğine ulaşmayı tek gaye olarak gören bireyler. Arzu ettiği şeye duyduğu gereksinimin gerçekliği hakkında herhangi bir fikre sahip olmadığı, bu yüzden de genellikle ve ağırlıkla kitle iletişim araçlarının aracılığıyla gereksinimlerin kendilerine bildirildiği insanlar. Bu itibarla "kitleler, davranma özgürlüğünden yoksun bırakılmış, özne olarak iptal edilmiş, tedavülden kalkmış olanın prototipidirler."¹³⁸

Bundan dolayı kitle toplumunun ve bireyin süreçteki psikolojisi gereği, kendilerine ulaşan her türlü mesajı almaya ve özümsemeye açık bir ortamda iletişim araçları işlevlerini kolaylıkla yerine getirmektedirler. Bilinçli bir güdülmeme ve düzenleme hususu, geleneksel kültür alanında da gerçekleşecek, estetik ve ahlaki açıdan da oluşturulacaktır. Yaptığı yayınlarla bireyleri ortak düşünce kalıplarına çeken kitle iletişim araçları böylece, çalışma, giyinme, beslenme ve daha pek çok imkan ve alışkanlıklarıyla ayrı dünyaların insanı gibi yaşayan bir toplumun fertlerini ilk önce kitleleştirerek televizyonun başında aynı haberle enforme edilmeye, aynı tür müziği dinlemeye, aynı ideolojik tutumu benimsemeye... mecbur edilmektedirler.¹³⁹ Dünyanın neresinde olursa olsun hayat büyük zorluklar içermekte ve istenilen bir seviyeye gelebilmek için büyük sıkıntılar çekmeyi gerektirmektedir. Biyolojik ve psikolojik açıdan yıpranan insan, her iki açıdan rahatlayabilmenin yolunu kitle iletişim araçlarının faaliyetlerinde zahmetsizce bulmaktadır. Bu araçlar, "alıcılara yaşantıları dışında bir hayat biçimi sunar. Diğer bir deyişle kitle haberleşme araçları, kendi hayatları dışındaki hayat biçimlerin kavrama kapasitelerini arttırır."¹⁴⁰ Bir an için dahi olsa gerçek hayattan sıyrılarak medyanın kendi kalıpları içerisinde hazırladığı yaşam alanına geçen birey, gerçek üstü bir rahatlama imkanına kavuşmuş olur. Bu rahatlama da kitle haline dönüşümde bireyler ve toplumun yumuşak karnını meydana getirmektedir.

¹³⁷ Gasset, a.g.e., s.50.

¹³⁸ Jean Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, (Çev: Oğuz Adanır), Boğaziçi Üniv. Yay., İst., 2002, s.40.

¹³⁹ Nur Topçuoğlu, *Basında Reklam ve Tüketim Olgusu*, Vadi Yay., Ank., 1995, s.122.

¹⁴⁰ Kongar, a.g.e., s.38.

“Kitle iletişim araçlarının bizi bir dünya dan haberdar ettiği doğru ama bu dünya bizim yaşadığımız bir dünya değil, haberdar olduğumuz bir dünyadır.”¹⁴¹ İşte bu yüzden de bireyler kendisinin ve çevresinin imkanlarından bihaber olarak, haberdar olduğu dünyanın nimetlerinden faydalanabilmek adına aksiyona geçmektedirler. Güzellik yarışmaları da bu şekilde anlaşılabilir bir katılıma sahiptir.



¹⁴¹ Avcı, a.g.e., s.98.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DEĞİŞİMİN GÖSTERGESİ GÜZELLİK YARIŞMALARI

3.1.GÜZELLİK YARIŞMALARINA BAKIŞ

Günümüzde tam anlamıyla bir popüler kültür ürünü olan güzellik yarışmalarının, bizlere aksettirildiği şekilde anlaşılması zannımızca yanlış olacaktır. Çünkü bu yarışmalar, içinde barındırdığı birden çok unsurun birbiriyle ilişkileri bakımından ele alınmalı ve toplumumuzun kendine has değişimi içerisinde yeniden anlamlandırılmalıdır. Sadece bir yarışma organizasyonu olarak değerlendirecek olursak katılımcıların medeni cesaretleri, gerekenleri yapmaları, değerlendirme sonucunda birinci seçilmeleri ve seçilenin vaat edilen ödülleri alması çerçevesinden öteye gidemez. Ancak, bizim ifade etmeye çalıştığımız, bu yarışmaların ilk olarak toplumumuzda niçin ortaya çıkarıldığı (çıkarıldığı diyoruz çünkü ülkemizde ilk yarışma devlet eliyle ve milli bir dava şeklinde lanse edilerek gerçekleştirilmiştir), değerlendirmenin estetik sınırlar içerisinde yapılması nedeniyle objektif ve beynelmilel kaidelere uygun olup olmaması, uygunsa bu kaidelerin toplumun geleneksel kültür ürünü olan 'güzel' yargısıyla mı yoksa modern dünyaya eklenilebilmenin bir gereği olarak küreselleşmenin getirdiği değişimden nasibini almış bir yargıyla mı yapıldığı, yarışmaların temel öznesi olarak kadının organizasyonlara katılma sebebinin neye dayandığı ve bu durumun kadının toplumsal konumuna yaptığı etkileri, kadının algılanışı, yarışmalardaki seçici kurulun konu ile ilgili bağlantıları, yarışmacıların giydiği kostümler içerisinde mayo ve bikinilerin de bulunması nedeniyle çıplaklığın da güzellik açısından ne şekilde sunulduğu, bunun kitle iletişim araçları için tüketime yönelik bir meta olarak ele alınıp sunulabilme olanağı, aynı şekilde giysilerin 'moda'nın gerektirdiği sınırlar içerisinde kıyafetlere yansıtılarak yine tüketime sunulabilmesi ve toplumu moda bakımından yönlendiriciliği, yarışmayı kazananların popüler kültür alanında elde ettikleri ve bunun da katılım için ne ölçüde etkide bulunduğu, güzel olarak seçilmiş kişinin küresel organizasyonlar içerisinde ülkemizi ve toplumumuzu 'temsil' etmesi dolayısıyla yerel bir öge olarak lanse edilmesi, yeni yetişen nesle etkileri dolayısıyla ardından gelen değişim ve tüm bunların çeşitli vasıtalarla sürekli ekonomik çıkar maksadıyla gerçekleştirilmesinin ahlaki bir soruna delalet edip etmediği ve her durumda bunun bir değişimin ifadesi olabileceği noktaları, güzellik yarışmalarının tam bir anlam çerçevesini verebileceğini düşünmekteyiz.

Çalışmamızın buraya kadarki bölümlerinde güzellik yarışmalarının temel birimi olan estetik bir yargı olarak 'güzel'in kültürün bir ögesi olduğu, bu itibarla toplumsal değişimin etkisi altında bulunduğunu; güzel olanın aynı zamanda 'iyi' ile ilişkilendirilmesi dolayısıyla ahlakın da aynı şekilde değerlendirilmesi gerektiği, modernliğin birey ve topluma etkileri nedeniyle, bireyleri güzellik yarışmalarına katılıma ve istenilen şekilde anlaşılmasına götüren hususiyetlerin neler olduğu üzerinde durmaya çalıştık. Bu bölümde ise, şu ana kadar anlatmaya çalıştığımız konuların 'güzellik yarışmaları' üzerinde nasıl konumlandırılacağı üzerinde durarak yukarıda ortaya koyduğumuz çerçeve içerisinde değerlendirme yapmaya ve bunun, estetik algılayış ve ahlaki yorumlamasında yarışmaların bir gösterge olduğu iddiamızı açıklama gayretinde bulunacağız. Genel olarak ifade etmek gerekirse öncelikle güzellik yarışmalarına genel bir tarihsel bakışın ardından temel özne olan kadının yarışmalarla toplumsal algılanışındaki genel değişim durumunu, kitle iletişim araçlarının yayınladığı bu ve buna bezir organizasyonlarının üzerindeki her türlü etkileri ve 'moda' olabileceği içerisinde biz ve öteki ayrımına hizmeti üzerinde durmak amacını gütmekteyiz.

3.2.GENEL TARİHÇESİ HAKKINDA

Çağdaş anlayışıyla güzellik yarışmalarının tarihi pek gerilere gitmemekle beraber, temellerini dini ve bir o kadar da siyasi bir mahiyet arz eden ilk çağ mitolojisinde bulabilmek mümkündür. Buna ait hazırlanmış şu metin bize konuyu açıkça ortaya koyabilmemizde yardımcı olacaktır:

“Dünyanın ilk güzellik yarışmasının ve Troya savaşının arifesindeyiz.

Yarışma, Artemis'ler, naiad'lar ve oread'lar Anadolu'sunda yapıldı. Argo gemisi, dümenin yanında duran ozan Orpheus'un musiki uyumlu dizemine(temposuna) göre kürek çalarak Çanakkale'den geçti.

Marmara Denizi'ndeki yeşil diplerde, bu şanlı tekneye hayran kalan deniz kızları hep yüze geldiler. İşte o gün Okyanus perileri, bellerine kadar denizlerin köpüklerinden çıkararak sütbeyaz gerdanlarını sifatah olarak insanlara gösterdiler ve yine o gün Peleus, deniz tanrıçası Thetis' i gördü ve ona sevgiyle aktı. Thetis de hemen orada onun bu arzusunu gülümsemeyle karşılayarak onu çıldırmasıya gönlü mutlu etti. Peleus'un deniz perisi Thetis ile evleneceği gün düğüne bütün tanrılar çağrıldı. Yalnız fesat çıkarmaması ve oyunbozanlık etmemesi için kıskançlık ve nifak tanrıçası Eris düğüne çağrılmadı. İşte buna kızan Eris, coşkulu şölenin en aşkın anında masanın üzerine bir altın elma (Hesperid, Balear adalarında hasıl olan altın elmalardan, yani portakallardan) atmıştı. Elmanın üzerinde "En güzele!" yazılıydı. Her kadın gibi her tanrıça da kendini, "en güzel" sanarak elmaya sahip çıktı. Elemeler yapıldı ve sonunda güzeller üçe indi Bunlar, Aphrodite, Hera, Pallas Athena idi.

Bu üç güzel, Tanrılar Tanrısı Zeus' a gidip, aralarında, en güzeli seçmesini rica ederler. Zeus, bu işin sonunda bir çapanoğlu çıkacağını tahmin ederek, onlara Troya'nın yanında İda dağına gitmelerini, orada hem Paris, hem de Aleksandros diye anılan bir prens olduğunu, babasının koyun sürüsüne çobanlık etmekte olan bu gencin, mükemmel bir güzellik bilgini olduğunu, Paris'in bir şehzade olmasına rağmen, babası Troya hükümdarı Priamos' a bu oğlunun bir gün ülkesinin mahvına sebep olacağı için uzaklara gönderdiğini söyler. Paris o anda Kocakatran dağlarında Oinone adlı güzel bir peri kızıyla yaşamaktaydı. Ayın onbeşi Kocakatran dağlarının İda doruğunu tepeden turnağa kadar gelin tellerine benzeyen nurla örtmektedir Küçük Menderes nehri de kendi bölgesi boyunca ay ışığından hilalimsi gümüş kavisler çizerek Boğaz' a. akmaktadır.. Tam o sırada üç tanrıça, güzelliklerinin bütün gururuyla Paris'in karşısına çıkagelirler. Üç büyük tanrıçanın olağanüstü güzelliklerini görünce delikanlı şaşırır. Tanrıçaların herbiri delikanlıya bir şey adar. Hera, Paris' e Asya ve Avrupa'nın sahipkuranlığını; Athena, Troya'lıları Akha'lar üzerine muzaffer etmeyi; Aphrodite ise zevce olarak dünyanın en güzel kadınına vaad eder. Esmer Hera bir eliyle sert, kabarık ve sivri memesini, öteki eliyle de mükellef örtüyü kalçalarının hizasında tutmaktadır. Pallas Athena, güzellik yarışmasına katıldığı halde, kendisinin utangaç yaratılışına ihanet etmeden giyinik olarak gelmiştir. Aphrodite, altın saçlarının ağırlığı altında yine de başını dik tutmaktadır. Gövdesi beyaz bir ırmak gibi akararak genişlemekte ve göbeğinde bir tek çiçekle süslenmiş bir süt gölüne dönmektedir Paris, elmayı kime verecektir? Yoksa üç parçaya mı bölecektir? Ya da hiç bölmeden ve kimseye. vermeden elmayı oturup kendi mi yiyecektir?

Aphrodite, zon veya sestus denilen kısa bir kuşak takıyordu. O kuşağı takan kadın, erkeklerin gözlerinde güzeller güzeli olurmuş. Hatta Hera, kocası Zeus'tan iltifat görmediği zamanlar Aphrodite den bir gece için kuşağını ödünç vermesini yalvarmış. Bu kuşakta bütün zerafetler, cazibeler, tatlı gülümsemeler, süzgülü gözleri veya ateşli bakışlı davetler, kandırıcı iç çekişleri, anlamlı susuşlar ve bakışlar gizli bulunuyormuş. Elmayı elinde tutan Paris'in gözlerini Aphrodite'den ayırmadığını gören Hera, güzellik tanrıçasına kızarak ona, "Sen haksızlık ediyorsun. O kuşak senin belini sardıkça bütün gözler sana dönmüyor." diye çıkışmış.. Bunun üzerine Aphrodite, sinirli bir davranışla kuşağını koparırçasına çıkararak Hera'ya uzatmış. Hera kuşağı takınmış. Artık Aphrodite yalınkılıç gibi boyunca çıplak kalmış. Paris, altın elmayı yavaş yavaş ona uzatmış. O devirde yaşayan kadınların en güzeli Helene olduğu için, onun elini isteyen isteyeydi. Bunların arasında kurnazlığıyla ün salmış İlias da vardı. İlias, Helene kime varırsa varsın bir haksızlığa uğrarsa, kendisiyle evlenmeye aday olan herkesin kızı yardımı koşacaklarına yemin etmelerini istedi. Onlar yemin ettiler. Helene adaylar arasında Sparta kralı Menelaos ile evlendi. Paris, güzel kadını Sparta'dan kaçırıp Troya kentine getirdi. İşte o zaman bütün adaylar, yani Akha'lar, Agamemnon'un emrinde Troya'ya saldırdılar. Bu savaşta altın elmayı alamayan Hera ile Athena, Akha'lara; Aphrodite ve savaş tanrısı Ares ile Apollon Troya'ya yardım ettiler."¹⁴²

Mitolojik de olsa güzellik yarışması olgusunun ilk çağda insan düşüncesine nasıl girdiği hakkında metin, bize ayrıntılı bir bilgi sağlamaktadır. Dikkatleri çekmek istediğimiz bir hususla bu metinde de karşılaşmaktayız. Yarışma içeriğinde cinselliğin ortaya konulması güzelliğin bir ifadesi olarak algılanmakta ve olay sonucu siyasi bir takım gelişmeler gerçekleşmektedir.

¹⁴² Nilüfer Kaplan, "Dünyanın İlk Güzellik Yarışması", <http://www.dergi.org/111999/1302.htm>
09.01.2003

Gerçek yaşamda ve bir organizasyon olarak ilk yarışma Kuzey Amerika'da 1921 yılında yapılmış ve oradan da tüm dünya ülkelerine sıçrayarak gelenekselleşmiş(!) bir biçimde küresel bir hal almıştır. Bizim toplumumuzun güzellik yarışmalarıyla ilk tanışması ise 2 Eylül 1929 yılına rastlar. Bu yıllar Türk toplumunun yeni bir yönetim biçimine alışmaya çalıştığı ve kendisine yön olarak Ulu Önder Atatürk rehberliğinde 'muasır medeniyetler' seviyesini seçtiği yıllar olarak dikkatleri çekmekteydi. Kadın anlayışının ve toplumdaki yerinin medeniyet göstergesi olarak eski zamanlardan bu yana ön planda olması nedeniyle, toplumumuzun dış dünyaya yeni çehresini göstermesi ve uluslararası camiaya çağdaş yapısıyla eklenilebilmesinin yolu da kadının eski anlayışlardan sıyrılması ile gerçekleşebilecekti. Bu itibarla devlet eli ile ilk güzellik yarışması düzenlenmiştir.

"Artık zamanının geldiği düşünülerek ilk güzellik yarışması için Cumhuriyet gazetesi tarafından büyük bir kampanya başlatılıyordu. Gazetede çıkan haber ve ilanlarda bunun milli bir vazife olduğu vurgulanıyor, kendine güvenen Türk kızları yarışmaya davet ediliyordu. Katılım, genç Türkiye Cumhuriyeti için umulanın üstünde ve heyecan vericiydi. Türk kızının güzelliği sınanacak ve kazanılan bir dünya güzellik kraliçeliğiyle de bütün dünyaya ilan edilecekti."¹⁴³

Bu yarışmayı kazanan ve böylelikle güzelliği resmi olarak tescil edilen kişi, Balıkhane Nazırı Mehmet Tevfik Bey'in torunu Feriha Tevfik Hanım olur. Bedensel özellikleri itibariyle şöyle nitelenmekte, birinciliğini şu sözlerle karşılamaktadır:

"Sarı ile kumral arasında dalgalanan ince bukleli saçları, ela gözleri, uzun kirpikleri, düz ve muntazam bir burnu ve tabii kırmızılıktaki dudaklarıyla gülerek dedi ki: Ay inanamayacağım geliyor, doğru söyleyiniz, şimdi ben Türk güzeli, Türkiye Güzellik Kraliçesi miyim?"

Bu yarışmada güzeli belirleyen jüri üyeleri ise dönemin en saygın yazar, ressam, müzisyen ve tiyatrocularından oluşmaktaydı. Bunlardan Abdülhak Hamit Tarhan, Halid Ziya Usaklıgil, Cenap Şahabettin, Hüseyin Rahmi Gürpınar, Peyami Safa, İbrahim Çallı, Namık İsmail, Nazmı Ziya Gürün, Mesut Cemil Tel, Muhiddin Sadak, Vasfi Rıza Zobu, Bedia Muvahhit gibi isimleri sayabiliriz. Jüri üyelerinin yarışmadaki bazı görüşleri de dikkat çekicidir.

¹⁴³ Cengiz Kahraman, "Bir Zamanlar İstanbul'da", <http://www.zipistanbul.com/iss/00-07-20/m02/index.shtml> 09.01.2003.

"Hüseyin Rahmi, "Birer birer alınrsa hepsi güzel, fakat bolluk içinde seçmek müşkül oluyor"; Halit Ziya, "Bayıldım" "; Ahmet İhsan, "Rüya görüyorum sanıyorum"; Abdülhak Hamit, "Cennete girdim sanıyorum"; Kontes Soranzo, "Cennetten çıktım sanıyorum"; Hüseyin Cahit, "Hayranım"; Suküre Nihal, "Gayet güç, cevap veremeyeceğim kadar güç"; İsmail Müştak "Hepsinin müştakıyım"; Yunus Naci, "Ben bu isin muvaffakiyetinden çok memnunum"; Revan Hanım "32 numara güle benziyor..." (32 numara Müseccel Namık Hanım'dır.) Müseccel Namık Hanım Fransa'nın Cannes şehrindeki yarışmada dereceye giremez."¹⁴⁴

Ülkemizdeki güzellik yarışmalarının başlangıcı bu şekildedir ama asıl etki bizim güzelimizin dünya güzellik kraliçesi seçilmesiyle gerçekleşir. 3 Temmuz 1932 yılında İstanbul'da yapılan yarışmada Keriman Halis Hanım birinci seçilir. Aynı yılın 31 Temmuzunda yapılan dünya güzellik kraliçesi yarışmasında 28 milletin içerisinde Keriman Halis hanımın birinci seçilmesi tüm Türkiye'yi sevince boğar. Ve ardından bu olay için Cumhuriyet gazetesine Türk kızlarına hitaben bir demeç veren Atatürk şunları söyler:

"Türk ırkının necip güzelliğinin daima mahfuz olduğunu gösteren dünya hakemlerinin bu Türk çocuğu üzerindeki hükümlerinden memnunuz. Fakat Keriman Ece, hepimiz işittiğimiz gibi söylemiştir ki, o, bütün Türk kızlarının en güzeli olduğu iddiasında değildir. Bu güzel Türk kızımız, ırkının kendi mevcudiyetinde tabii olarak tecelli ettirdiği güzelliğini dünyaya, dünya hakemlerinin tasdiğiyle tanıttırmasıyla elbette kendini memnun ve bahtiyar addetmekte haklıdır.

Türk milleti, bu güzel çocuğunu şüphesiz samimiyetle tebrik eder. Cumhuriyet gazetesi bu meselede Türk ırkının diğer dünya milletleri içinde mümtaz olan asil güzelliğini göstermek teşebbüsünü takip etmiş ve bunu dünya nazarında muvaffakiyetle intaç eylemiştir. Ondan dolayı bittabi bu vesile ile de takdir ve tebriklerimize hak kazanmıştır. Şunu da ilave edeyim ki, Türk ırkının dünyanın en güzel ırkı olduğunu tarihi olarak bildiğim için, Türk kızlarından birinin Dünya Güzeli intihap edilmiş olmasını çok tabii buldum. Fakat Türk gençlerine bu münasebetle şunu da tahattur ettirmeyi (hatırlatmayı) lüzumlu görürüm:

Münferit olduğumuz (iftihar ettiğimiz) tabii güzelliğinizi fenni tarzda muhafaza etmesini biliniz ve bu yolda uyanık bir tekâmülün mütemâdi tahakkukunu ihmal etmeyiniz. Bununla beraber asıl uğraşmaya mecbur olduğunuz şey analarımızın ve atalarımızın oldukları gibi yüksek kültürde, yüksek fazilette birinciliği tutmaktır."¹⁴⁵

Yurda dönüşünde sirkeci garında karşılanan Keriman Halis'e Atatürk 'Kraliçe' anlamına gelen 'Ece' soyadını layık görmüştür.

¹⁴⁴ Cengiz Kahraman, "Bir Zamanlar İstanbul'da",

¹⁴⁵ http://www.kadinlar.com/kadin/kadin_ece.htm 11.05.2002.

Bu süreç gelişerek günümüze kadar varlığını devam ettirmiştir. Bu anlamda da yarışmalara karşı olumlu tavır takınanların yanı sıra, olumsuz görüş beyan edenler de olmuştur. İlk yarışmaya karşı sert bir eleştiride bulunan yayın organı, dönemin önde gelen mizah dergilerinden 'Karagöz' olmuştur.

"Cumhuriyet refikimiz Dünya Güzellik Müsabakasına Türk kadınlarının girmesini istiyor. Öyle ya, her millette güzel var da bizde yok mu? Yok ne demek! Öyleleri var ki bir gültüşle bin gönül fethederler; öyleleri var ki bir bakışla bin can yakarlar. Daha neler, ne fetanlar, ne dilberler, ne dilbazlar var, var ama bunlar bize, bizim gönlümüze göredir. Ölçüye uymaz, metreye, santime gelmezler. Malum ya! Bizim bedenlerimiz alafranga değil alaturkadır, sporsuz, gelişigüzel büyüdüğümüz için hepimiz biraz göbekliyiz, vücudun ölçülü güzelliğine o kadar ehemmiyet vermeyiz, bizde güzellik şunlardır: Kaş, göz, gerisi söz! Müsabaka heyeti evvela ölçüp biçtikten sonra hesaba uygun olanları müsabakaya sokacaklar! Haydi efendim, haydi onların arşınuna göre bizde kumaş yoktur!"¹⁴⁶

Şeklindeki ifadelerle ironik bir mahiyette yarışmalar ele alınmış, Cumhuriyet gazetesi ile aralarında geçecek polemiklerin başlangıcını ortaya koymuştur. Bu gazetenin de karşı çıkışının temellerini, geleneksel anlamdaki 'güzel' yargımızın onlardan farklı olmasına dayandırmaktadır.

Bu yılların ardından daha sonraki dönemlerde de güzellik yarışmaları düzenlenmiş, ancak Keriman Halis gibi bir 'dünya güzeli' uluslararası yarışmalarda birinci seçilememiştir. Bu yarışmalardan 27 Temmuz 1947 de düzenlenen 'Yalova Şifa Suyu Güzellik Yarışması', dönemin önemli dergilerinden olan Yedigün'de, Sait Faik Abasıyanık'ın ağzından şu şekilde aktarılmaktadır:

"Güzellerden hiç biri daha gelmemiştir. İlk gelen Perihan Uçoluk oldu. Güzel bir başlangıç, dedim, kendi kendime, bu böyle giderse sahiden güzeller göreceğiz. Sağ yanağının alt kısmına doğru, çenesi üstünde küçücük bir çiçek aşısı yeri gibi geçmiş bir Antep çıbanı hemen hemen bir kaçamak buse güzelliğinde. Üzüm gibi gözlerinde bir cenup rüzgârı fırtınası. Esmer. Uzun. Saçları yaz güneşinden nerede ise kumral kesilecek. Bir güzele ne sorulabilir? Kör olası kafal.. Öyle zamanlarda durursun ki!.. Aklıma sormak için ancak şu sual geldi. Soramazdım ya:

"- Demokrat Partiden mi, Halk Partisinden misiniz?"

Bunun yerine pek âlâ:

"- Hangi şairleri beğenirsiniz?"

Diyebilirdim. Onu da soramadım. Birdenbire mühim bir sual hatırıma gelmiş gibi:

Kaç kilosunuz efendim? demez miyim.

Sanki o da bu sualimi bekliyormuş:

Elli bir kilo efendim, dedi.

¹⁴⁶ Kahraman Cengiz Kahraman, "Bir Zamanlar İstanbul'da",

Sormak ayıp olmasın kaç yaşındasınız?

Yirmi efendim.

Bir taraftan kendi kendime: “Sana ne yahu?” derken bir taraftan da:

Nerede okudunuz?

Lise mezunuyum.

Üniversiteye gitmiyor musunuz?

Hayır, gidemedim. Liseyi bitirir bitirmez film çevirmeğe başladım.

Film de mi çevirdiniz?

Evet, ama siz benim öteki ismimi bilirsiniz her halde. Öteki ismim Berrin Aydan’dır.

“Gençlik günahı” filminde oynadım.

Öyle mi efendim? Pek güzel.

Bu sırada kırmızılar giyinmiş bir güzel, meşhur ses yıldızlarından birinin refakatinde ince uzun boyu ile arzı endam etti. – Şu arzı endam etmek lâkırdısını bugün için kullanmama okuyucularımın müsaadesini rica edeceğim. – Bu kırmızılar giyinmiş güllâçlar gibi bembeyaz, hurâmân serviler gibi uzun, şafaklar gibi pembe, Çerkez gözdeler gibi terbiyeli, nazik güzele ancak böyle bir yerde, böyle bir bahane ile yanaşılabilir:

- Efendim! Müsabakaya girecek misiniz siz de?

- Tabii efendim.

- Af buyurun. İsminizi bağışlar mısınız?

- İnci İzmirli.

Güzelin karşısında kim sersemlemez ki... Aklıma gelen muhteşem suale bakın:

-Boyunuz kaç santim?

Güzeller de sersemliklerin farkına varmamak için bugün mazurlar. Heyecan içindeler çünkü:

-1,63 efendim.

Sersemliğim devam ediyor:

- Kaç yaşındasınız?

- On dokuz.

- Nerede okudunuz?

Ben bu soruyla “hangi mektepte?..” demek istemişim. Cevabın karşısında büsbütün afalladım. İnci hanımla resmimiz işte bu katmerli sersemliğin enstantanesi.

-Evvelce Maksim’de okuyordum. Şimdi Tepebaşı’nda okuyorum.

Ben Maksim’i Taksim yerine aldım. Başladım Tepebaşı’nda hangi lise vardır? diye düşünmeğe. Neden sonra Zehra Bilir’in kendisine yoldaş olmasından anladım ki İnci hanım meşhur okuyucularımızdanmış. Kendi halime için için gülere güzellere ve jüri âzasının arkasından “Ünyon Fransez”in konferans salonuna çıktım.

Jüri âzası sandalyelerine kuruldu. Şöyle bir baktım. Hepsisi de bu sene Eczacıyı, Dişçiyi, Mülkiyeyi, Mühendisi, Hukuku bitirmiş mahdumlarına eş seçmeye gelmiş erkek görücülere benziyorlardı: Hele reisleri Peyami...

-Peyami bey ilk güzellik müsabakası kaçta oldu?

-Galiba 1932 de. İyi hatırlamıyorum. Yahut daha evvel, çok daha evvel.

Peyami Safa 20 senedir demek görücülük eder. Kendi çocuğu daha evlenecek çağda olmadığına göre kim bilir kimleri baş göz etmiştir?

Jürinin Hukuku bitirmiş mahdumu bulunmayan biricik âzası İngiliz gabardininden muhteşem bir kostüm giymiş, gümüş saçlı, yağız çehreli, ceketini kolunda, fevkâlade şık bir gömlek sırtında – gömleği o kadar güzel ki insan yanlış zehaba kapılıyor: Vallahi gömleğin güzelliğini güzellere göstermek için ceketini çıkarıp koluna almış bu çapkın, deyiveriyor.- Doğan Nadi:

-Azizim Sait, gönül kimi severse güzel odur. (...)

Refik Halit tam bu sırada gözlüklerini taktı. Müthiş sinirli idi. Sandalyesinin arkasına yığılmış, kendi hayranlarının muhaveresinden rahat rahat birinciyi seçmemek korkusuyla sandalyesinden ara sıra fırlıyordu.

Peyami çingırağı çaldı. Şimdi mayolu güzeller geçiyor.

Resim geçit başladı. Güzellerin kimi tatlı tatlı güldü. Kimi sarardı. Kiminin kalbi göbeğinde attı. İnci İzmirli dudağını ısırırdı. Aynur Yücel ciddi idi. Sevim Cengiz jüriye hiç bakmadı. Maksude Tamsel’in vücudu gün görmemiş gibi beyazdı. Hümaşah Hican fütursuzdu. Perihan Üçoluk dantelâlı mendilini Madam Bonpadur gibi salladı. Sezer Sezin jüriye pek tatlı tatlı baktı. Bu hanımın mayosu bir parça uzunca idi. Nizamettin Nazif haksızlık

olmasın diye mayosunu bir parça yukarı çekirtti. Remziye Ait boyasız ve esrarengizdi. Sonuna kadar da esrarengiz kaldı. Sudan Sezer kırttı. Peyami sual sual üstüne soruyordu: "Dün gece iyi uyudunuz mu? Rüya gördünüz mü? Heyecanlı mısınız?"
Bütün bu suallerden öğrendiğimiz hakikat güzellerin rüya görmediği hakikati oldu."
Yarışmanın sonunda İnci İzmirli bir rey farkla birinci olur..."¹⁴⁷

Günümüz modern yarışmalarının ilk nüvesini teşkil eden bu yarışmada bizim dikkatimizi çeken ilk husus, yarışmanın Şifa suyu adı altında gerçekleştirilmiş olmasıdır. Ayrıca katılımcılardan birisinin kilosunun 51 kg. olması, bir diğerrinin de boyunun 1,63 olduğu ifadesi, o zamanın güzellik anlayışı ile günümüz anlayışı arasındaki değişimi gözler önüne sermektedir. Bu farklılıkları Amerika'dan ve kronolojik bir şekilde vermemiz gerekirse; "20'li yılların başında güzellerden birinin boyu 1,73 cm ve ağırlığı 63,5 kiloydu, 54 yılında boylar ortalama 1,71 ağırlık 54,9 kiloydu, 1980-83 arasındaki yarışmalarda ise boy ortalaması 1,76 cm, ağırlık ise 53 kg idi."¹⁴⁸ sonucuna varmaktayız. 2002 Yılında İngiltere'de düzenlenen Dünya Güzellik Kraliçesi Yarışmasında birinci seçilen Türk güzeli Azra Akın'ın de benzer özelliklerini vermemiz, son dönem için oldukça iyi bir örnek olacaktır. Azra Akın'ın boyu 1.77 cm kilosu 57 kg.

Toplumsal değişme bir vakıadır ve bizde de Tanzimat döneminden başlayarak Cumhuriyetin ilanıyla birlikte devinim kazanan modernleşmeye yönelik değişim yaşanmış, küreselleşme ile başka bir hal almıştır. İlk yarışmaların düzenlenmesinde de ulaşılmak istenilen amaç, kadın anlayışı üzerinden modern dünyaya eklenilebilme çabası olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar yarışmaların varlığı değişimin göstergesi olsa da asıl değişim 'kadın ve toplumda kadının algılanışı üzerinde gerçekleşmiş, toplumdaki yeri, bedeni, özne olma çabası, popüler kültür içerisindeki yeri gibi hususiyetler ile ilgili olmuştur. Bu yüzden 'kadın' üzerinde ayrıntılı bir şekilde durmalıyız.

¹⁴⁷ http://www.medyakronik.com/arsiv/basintarih_arv46.htm 12.04..2003.

¹⁴⁸ Gilles Lipovetsky, *Üçüncü Kadın*, (Çev: Filiz Nayır Deniztekin), Varlık Yay., İst., 1998, ss. 101-102.

3.3. YARIŞMALARIN TEMEL ÖZNESİ 'KADIN'

Toplumların kadın cinsini anlamlandırmaları doğal olarak var oluşlarından itibaren gerçekleşen bir sürece sahiptir ve ilk çağlardan günümüze ulaşan bazı bilgiler de mevcuttur. Kadının algılanması gereken bir varlık olması ise, dış dünyanın zorluğu karşısında erkeklerin avcılıkta, kadınların ise I. Paleolitik çağda genelde toplayıcılıkla uğraşmalarını ve nüfus artışında kadınların rolünün bilinip erkeklerin rolünün ise bilinmemesinden kaynaklandığını söyleyebiliriz. Genel olarak bu süreçten bahsetmek gerekirse, az önce belirttiğimiz üremede kadının rolünün biliniyor olması nedeniyle kadının erkeğin statüsünden daha üstün ya da hiç değilse eşit bir statüde bulunduğunu Anglosakson antropologları kabul etmektedirler.

Orta neolitik çağ adı verilen dönemde ise tarımın iyiden iyiye yaygınlaşması ve bağlı olarak ilkel kentlerin doğması, beraberinde sınıf çatışmalarını doğurmuş ve sonuç olarak bu çatışmalar içerisinde kuvvetli olabilmenin yolu sayıca fazlalık olduğundan, aile içerisindeki kadının doğurganlığı birer araç olarak önemsenmeye başlamıştır. Bu itibarla kadın, aile grubu içerisinde araççı bir anlayışla doğurgan ve üretici-hizmetçi rolüne indirgenmektedir.¹⁴⁹ Buradan anladığımız şey ise kadının ilk çağlarda araçsal açıdan değerlendirilerek korumaya yönelik olarak arka plana alınmasıdır.

Kadın olmanın kuşatılmış olması anlamına geldiğini düşünen Mahan Doğrusöz, Latince Kadın anlamına gelen 'femine' kavramının analizinden yola çıkarak açıklamalar yapmaktadır. 'Fe' ve 'Minus' köklerinden birleşerek oluşmuş bu kelime ilk kısım inanç, güven, namus ve güvenilirlik anlamına gelirken, diğeri ise eksiklik kavramını karşılamaktadır. Bu şekliyle kelime İnanç ve güvenilirlik, namus açısından eksiklik anlamını taşımaktadır. Türkçe'deki 'Katun' kelimesinin kadını ifade ettiğini söyleyen yazar, bunun da saf, ari olmayan manalarına geldiğini belirtmekte, ardından

¹⁴⁹ Andree Michel, *Feminizm*, (Çev: Şirin Tekeli), Cep Üniversitesi, İletişim Yay., İstanbul, ss. 14-18.

Aristo'nun 'eksik kalmış erkek' tanımlamasıyla kadının ataerkillik paydasında binlerce yıllık bir geleneksel kuşatılmışlıkla karşı karşıya bulunduğunu ifade etmektedir.¹⁵⁰

Kadınların tarih içerisinde sürekli yönlendirilmeye çalışılan bir birey olmasının sebebinin, kadınlar üzerinde gerçekleştirilen her türlü faaliyet tüm insanlığı etkiler şeklinde yaygın bir kanaatin varlığına bağlayabiliriz. Bu hususta Şemsettin Sami şunları söylemektedir:

“Bir kadın, hüsn-ü ahlakın bir numune-i müşahhası olup, bir cemiyetin ahlak-ı hamdesini vikaye etmeye muktedir olduğu gibi bir kadının fesad-ı ahlak ve sefahati de bir cemaatin ahlakını fesada muktedirdir... cemiyet-i beşeriyenin saadeti, kadınların terbiyesine mütevakıftır, o halde temeddun ve terakkinin birinci dersi, kadınların terbiyesi olmak iktiza eder.”¹⁵¹

Buna göre kadının algılanışında düalist bir tavır söz konusudur. Bir yandan kadının toplumu bir bütün olarak bozabilme ve felakete sürükleyebilecek bir yapıda ve eksik olduğunun düşünülmesi, öbür yandan da terakkinin ilk dersinin kadınların her alandaki durumunun geliştirilmesinden geçtiği ifadesi. Kadının bu durumda kültürün egemenliğinden kurtulmuş olması düşünülemez, aynı şey erkek için de geçerliyse de “kültürün kadının bedenini ve cinsiyetini ve bu doğrultuda da kendini/benliğini, neleri yapıp neleri yapamayacağını dikte eden, ehlileştirilen, 'norm'al olanı tanımlayan bir konumda bulunmasından çok büyük derecelerde etkilendiği de bir gerçektir.”¹⁵² Yaşanan toplumsal değişme süreci içerisinde kültürde meydana gelen değişimlerden kadının etkilenmemesi bu sözler üzerine düşünülemez, kadını konumlandıran kültürdür, kültür değişiyorsa kadının anlaşılması da değişecektir. Peki Osmanlı döneminde kadın nasıl algılanmaktaydı? Şimdi buna bakmamız yerinde olacaktır.

Osmanlıya genel çerçevesi içerisinde bakmamız gerekirse, kadınların toplum içerisinde varlıklarının ve serbestilerinin aile içerisinde kaldığı, eğitilmişliklerinin ise önemsenmediği görülür. Bu noktada pek problem yoktur. Ancak kadın, evinin sınırları dışarısına çıkmaya çabaladığı zaman nasıl olması ve nasıl

¹⁵⁰ Mahan Doğrusöz, “Kadınsı Özgürleşme Sürecinde Kuram ve Terapi”, <http://www.icgoru.com/makale/mahanmakale3.shtml> 22.01.2002.

¹⁵¹ “Şemsettin Sami “Kadınlar”, Sosyo Kültürel Değişme Sürecinde Türk Ailesi, TC. Başbakanlık Aile Araştırmaları Kurumu Yay., C.3, Ankara, 1992, ss. 1027-1030.

¹⁵² Mahan Doğrusöz, “Kadınsı Özgürleşme Sürecinde Kuram ve Terapi”,.....

giyinmesi konusunda alması gereken tedbirler, o dönemde kadınların yukarıda bahsedildiği gibi ahlaki düzeni fesada uğratabilecek bir yapıya sahibiyeti açısından ele almaktadır. Yani kadın, cinsellik ifade eden ve kimliği öncelikle cinsel obje olması bakımından değerlendirilen bir mahiyete haizdir. Bu itibarla, “bütün bu dikkatler, ihtimamlar ve cezalar, tahsil ve terbiyeye, kadınların irfanen yükselmelerine gayret etmemek yüzünden hiçbir tesiri haiz olamamış, kadın bu muvakkat, şedit ve kanlı tedbirler karşısında, Osmanlı tarihinin mazlum bir simasını teşkil eylemiştir”¹⁵³ denilerek değişime ihtiyaç duyulduğu ve kadının eğitim ile birlikte yeniden konumlandırılması gerektiği üzerinde durulmuştur.

Tanzimat aydınlarının sürekli polemikler içerisinde çırpınmasına neden olan kadın anlayışı üzerindeki anlaşmazlıkların, batılılaşma isteği ve kurtuluşun ancak bu yolla gerçekleşeceği düşünceleriyle, geleneksel olanın elden geçirilmesinin yeterliliği fikirlerinin yaygınlaşması olduğunu söyleyebiliriz. Bu dönemde yapılan “yazı ve yayın etkinliklerinin sosyo-kültürel çevrede yöneldiği hedef günlük hayatı etkileyecek anlayış ve alışkanlıkların değişmesidir... Osmanlı toplumunda uygulanan popülerlik politikasıyla dışa, dış dünyaya açılması ile başlayan kültürel etkileşim, dünyanın farklı bölgelerindeki insanların yaşayışları... kadın serbestisi ve giyim kuşam gibi magazin kültürlerine de yer vermekteydi.”¹⁵⁴

Bu bahsi geçen aydınların kadın hakkında söylediklerinden bazıları bize kadını nasıl anladıklarını öğrenebilmemizde yardımcı olacaktır:

“Mesela kadınlar, bir çarşafın, ipek iltivaları altında vücudun hat verici hududunun irtisamında, kolların, gerdanın, çıplaklığında Hristiyanları taklit etmekte bir beis görmüyorlar. Hristiyanlar hatta kamilen çarşafsız değil mi? İçlerinde dekolte pazenler de var... düşünmüyorlar ki Hristiyan kadınlar bu suretle açık giyinmeye küçük yaştan beri alışmış, erkekleri de küçük yaştan beri kadın arasında bulunarak kadınların yüzünü, çıplak kollarını, gerdanını göre göre nazarında bu hal-i tabii , alelaide bir şey olmuş da onlar için bu çıplaklığın bizdeki kadar mahzuru kalmamış. Bizim kadınlar işte bunu düşünemiyorlar.”¹⁵⁵

¹⁵³ “Ahmet Refik, “Osmanlı Tarihinde Kadın”, *Sosyo Kültürel Değişme Sürecinde Türk Ailesi*, s. 1101.

¹⁵⁴ İsmail Doğan, “Tanzimat Sonrası Sosyo-Kültürel Değişmeler ve Türk Ailesi”, *Sosyo Kültürel Değişme Sürecinde Türk Ailesi*, TC. Başbakanlık Aile Araştırmaları Kurumu Yay., C.1, Ankara, 1992, s.179.

¹⁵⁵ “Mustafa Sabri, Dini Mücedditler Yahut Türkiye İçin Necat ve İtila Yollarında Bir Rehber”, *Sosyo Kültürel Değişme Sürecinde Türk Ailesi*, TC. Başbakanlık Aile Araştırmaları Kurumu Yay., C.3, Ankara, 1992, s. 1109.

“Nerede Hristiyanlar var ise orası derli toplu, temiz ve mevkilerini sürekli yükselten bir şekildedir, nerede İslamlar var, orada perişanlık var... sokak ve pazarlarında erkek ve kadınlarımızın kıyafet-i mahalliyesi acaibü-l acaib bir şey. Ne yemesini, ne içmesini ne de yaşamasını biliyorlar.”¹⁵⁶

“...evlerine Avrupalılık verilmiş. Her ev az çok kanepelerle, yemek masalarıyla, sandalyelerle, ebniye ve konsüllerle tanzim edilmiş, erkek ve kadın kıyafeti düzeltilmiş, yiyip içmesini yola koymuş, az çok hayattan mülezziz olmaya, mesut bir aile hayatı vücuda getirmeye başlamış...filhakika Avrupa hayat-ı ailesinde kadının hürriyet-i kamilesinden bazı fenalıklar zuhur etmiş, serbesti-i nisvanın o derecesi seyiyat-ı ahlakın daha suhuletle intişarını intac cylemiştir.”¹⁵⁷

“Kadınları Avrupalılaştırmak, nisvan-ı İslam-ı garb nisvanı gibi çalıştırmak demektir. Yoksa onlar gibi allayıp pullayıp süslemek değildir.”¹⁵⁸ Yani gerçekleşen değişim süreci içerisinde milletlerin ilerleme derecesinin ölçüsü olan kadınların¹⁵⁹ toplumsal yaşam alanına çıkarak çalışmaları ve üretime katkıda bulunmaları asıl olanıdır. Yoksa Avrupalı yaşam tarzının bir gereği olarak sadece eğlence içerisinde yaşam alanlarına dahil etmek doğru bir Avrupalılaştırma demek değildir.

Yapılan tüm tartışmalarda meşrutiyet sürecini de işin içerisine katacak olursak, her üç görüşün de (İslamcılık, Batıcılık, Türkçülük) ortak olduğu bir fikir vardır. Bu da İslam dininin hiçbir şekilde kadına bir değersizlik yüklediği anlayışıdır. Sıkıntılı olan durum, kadının toplum hayatına kazandırılmasında ağırlıklı olarak yardım hangi görüşün ön plana çıkacağıdır¹⁶⁰ ve her kesimdeki aydınlar birbirlerini suçlamaktadırlar. İslamcılar batıcıları, kadınları asli kimliklerinden uzaklaştırarak sadece Avrupa yaşayış tarzına tabi kılmakla, batıcılar İslamcıları da kadınları eskiden olduğu gibi toplum hayatında pasif, gelişmeye kapalı, kimliğini kocasına göre belirleyen bir anlayışa sevk etmekle itham ediyorlardı.

¹⁵⁶ “Tüccarzade İbrahim Hilmi, Avrupalılaştırmak, Felaketlerimizin Esbabı, Dersaadet Matbaa-ı Hayriye, 1332, ss. 46-76.” *Sosyo Kültürel Değişme Sürecinde Türk Ailesi*, TC. Başbakanlık Aile Araştırmaları Kurumu Yay., C.3, Ankara, 1992, ss. 1076-1077.

¹⁵⁷ A.g.m., s. 1077.

¹⁵⁸ A.g.m., s. 1078.

¹⁵⁹ Şefika Kurnaz, *Cumhuriyet Öncesinde Türk Kadını*, MEB. Yay., İstanbul, 1997, s. 58.

¹⁶⁰ A.g.e., ss. 92-109.

3.3.1. Özneden Nesneye, Nesneden Metaya

Kadın tarihin her döneminde tartışılmalı bir mahiyettedir. Antik Yunan mitolojisinde varlığını aşk ve güzellik tanrıçalarıyla birlikte, Pandora gibi, kötülüğün tüm dünyaya yayılmasına neden olan bir varlık şeklinde görülebildiği gibi, ortaçağ skolastik Hristiyanlık anlayışında, beden huzura kavuşup kurtuluşa ermesinin önündeki engel olarak görülmesi, İncil'e dahi el sürmesinin yasak olduğu¹⁶¹ bir varlık olarak, Yahudi erkeklerinin kendilerini kadın olarak yaratmadığı için –ki kadınlar hep günahkar varlıklar olarak görüldüğünden- şükrettikleri¹⁶² ortamlarda yaşamışlar ve genelde eski Türklerde bu durumun biraz değişik olması haricinde genelde erkeklerin ardından varoluşlarını konumlandırmışlardır. Erkek egemen kültürün de zaman içerisinde değişime uğramasına rağmen kadının önünde yer alması değişime uğramayan bir biçimde kalmıştır. Yaşanan toplumsal değişimlerden erkeklerden daha fazla oranda etkilendiğini düşünmemiz zannımızca yanlış olmayacaktır. Çünkü kadınlar, kendilerinden başka erkeklere karşı da sürekli sorumluluk altındadırlar. Kültür içerisinde yine kültürün simgeleştirdiği kadın, üzerine biçilmiş olan anlamları hem istenilen şekilde taşımak hem de yanlışa düşmemek durumundadır. Burada ilginç olan bir nokta var. Kadınların her zaman diliminde ve yaşanmış her türlü yönetim sistemi içerisinde, ayrıca toplumsal yapılarda (birbirinden farklılıklar gösteren) gerçekleştirilmiş ve gerçekleştirilmesi düşünülen tüm değişikliklerin odağında bulunması ve bir göstergesi olduğu, şimdiye kadar anlatmaya gayret gösterdiğimiz hususlardandır. Genellikle ikinci planda buldukları iddiasıyla birlikte kadınların, değişim sürecinde (kendi iradeleri dışında da olsa) bir anda ilk plana çıkmaları –özne olmaları-, kadının var olan durumu ve algılanışı üzerinde bir bakış açısı olarak bulunduğunu da göstermektedir. Hayat, var oluş ve kadın anlayışı. Bir anlamda istem dışı/arzu edilenden farklı bir özne oluş süreci.

¹⁶¹ Bekir Topaloğlu, *İslam'da Kadın*, Rağbet Yay., İstanbul, 2001, s. 18.

¹⁶² Yahudilikte Kadın, <http://www.geocities.com/demetden/yalik.htm> 08.05.2002.

Peki günümüz toplumsal değişme süreci içerisinde kadın nasıl konumlanmaktadır? Bu konumlanış içerisinde popüler kültür ürünü olan güzellik yarışmalarının ne türden bir bağlantısı olabilir?

Çalışmamız içerisinde sürekli toplumsal değişmeden bahsederken, doğal ve zorunlu kavramlarını kullanmayı uygun bulduk. Bu durumda da aynı şey geçerlidir. Çünkü modernliğin büyük bir bölümü değişime zorlayıcılık ve katılma üzerine kurulu olduğunu zaten söylemiştik. Toplumumuzun hızlı bir değişim sürecine girdiği Tanzimat döneminde böyle bir değiştiricilikten bahsetmek mümkündür. Özellikle de kadın konusunda. Dönemin önde gelen aydınlarından Ali Suavi Efendi, medeniyetin İstanbul'a 'sefahat' anlamında girdiği düşüncesi ve ardından, "sefahat kahpesini medeniyet namı ile sokanlar"¹⁶³ sözüyle, empozeyi ifade etmesi bu meyanda anlaşılabilir. Sefahatin yaşandığı ortamların iki aktörü kadın ve erkektir ve erkek kadını popüler eğlence ortamlarında yeniden tanımlamaktadır.

Eski çağlardan bu yana kadının hep baştan çıkarıcı bir varlık olarak anlaşılması reddedilemeyecek bir olgudur –ki bunu mitolojiden yapılan alıntıda Afrodit üzerinde görmekteyiz- ve bu durum pek de değişecek gibi değildir. Kadınların günümüzde elde ettikleri yeni özgürlükler bile, baştan çıkarmayla ilgili geleneksel özdeşimlerini yeniden gündeme getirmektedir.¹⁶⁴ Tam da bu noktada popüler kültürün yeniden üretimi konusunu hatırlamamız uygun olacaktır.

Gerçekte aynı şeyleri erkek içinde söyleyebileceğimiz ancak kadında etkisini daha fazla gösteren bir zorunlu kimlikleştirme ya da istem dışı kimlik edinme diyebileceğimiz bir takım görüşler de mevcuttur. Onlara göre "kadın 'mevcut değildir'. Kendisinden beklenen kılığı ödünç alır, oynamaya zorlandığı rolü oynar. Ondan gerçekten de beklenen tek şey kendisini dişiliğe sarıp sarmalayarak, sahtekarlığı aksatmaksızın sağlamasıdır."¹⁶⁵ Bu durum da kendilerini oldukları gibi ifade edebilmelerinin önündeki en önemli engeli oluşturmaktadır.

¹⁶³ "Ali Suavi Efendi, "Kemal'in Zevali", *Sosyo Kültürel Değişme Sürecinde Türk Ailesi*, TC. Başbakanlık Aile Araştırmaları Kurumu Yay., C.3, Ankara, 1992, s. 183.

¹⁶⁴ Lipovetsky, a.g.e., s. 48.

¹⁶⁵ Cemil Güzey, "Aforizmalar", *Felsefe Logos*, Bulut Yay., İstanbul, 2001, S. 15, s. 16.

Ekonomik temelli sistemler de kadını yeniden anlamlandırmakta, kültürün simgeleştiriciliği vasıtasıyla yeni ve işe yarar, üretime dönük bir takım anlamlar yüklemektedir. Örneğin “kapitalizmde, kız çocuklarına fedakar, anlayışlı, sevecen, yumuşak, sıcak ve paylaşımcı kişilik özellikleri kazandırılarak toplumun beklediği ‘ideal’ kadının karakteristik özelliği yüklenmektedir.”¹⁶⁶ Sosyalist düzende ise erkekle eşitliği aynı fabrikalarda, aynı çalışma saatleri içerisinde, aynı işleri yapmakla sağlanmış, sadece üretim ilişkileri içerisindeki bir aletten öteye geçememiştir.

Kadının toplum içerisindeki yerini ifade etmeye çalışırken, kültürün etkisinden bahsetmiştik. Gerçekten de kadın ve erkek arasındaki farklılığın ana konusu, ‘biyolojik gerçeklerden’ çok kültürün bedenleri markalayarak, yaşanılan toplum içerisinde oluşturdukları tarzlarla ilgili olmaktadır.¹⁶⁷ Toplumsal yapının, çağın gereklerine uygun ve çağımızın gerektirdiği şekilde bir o kadar da güdümlü olarak yaşadığı değişim, kültürel yapıyla birlikte kadının algılanışını da değiştirdi. Belirli tarihsel süreçler bir tarafa alınacak olursa genelde erkekler gibi bireyselliklerini tamamlayamamış olma iddialarıyla birlikte, özneleşme çabaları içerisinde yine erkeklerin müdahalelerinden kurtulamamışlar ve kendilerin farklı bir boyutta konumlandırmışlardır. Irk ayrımının yaşandığı Kuzey Amerika topraklarında insan muamelesi dahi göremeyen Afrika kökenli insanların, toplumdaki bu ayrımcılığın ve çekilen eziyetlerin acısını, başta spor alanlarının her türünde olarak müzik, sinema, bilim, dans, vb. birçok farklı alanda başarılı insanlar haline gelerek çıkartmaları, yani toplum içerisinde saygı gören, imrenilen, para kazanan kısacası popüler insanlar olmaları fakat, ülkenin daha tek bir Afrika kökenli birisinin başkan olamaması ya da Amerikan basketbol ligi NBA de ağırlığın siyahi oyunculara olmasına karşılık yine beyaz adamın seyrine yönelik işler yapması gibi; kadınlar da kendilerine yönelik en büyük ilginin var olduğu ve ancak kültür üretiminin gerektirdiği şartlar nedeniyle kendisini bir nesne olarak tanımlamasını, kişiliğini bu yönde oluşturmasını ve en sonunda bu şekilde kimlik kazanarak özne haline gelmesini sağlayan popüler kültür ürünleri içerisinde yer almışlardır. Bu durum bize değişimin aynı yönde gerçekleştiğinin

¹⁶⁶ Derya Sürekli, *Kadın ve Toplum*, Evrim Yay., İstanbul, 2002, s. 82.

¹⁶⁷ Maria Gatens, “Güç, Bedenler ve Farklılık”, (Çev: Nemciye Uçansoy), *Felsefe Logos*, Bulut Yay., İstanbul, 2001, S. 15, s. 74.

ama sadece içeriğin değiştiği anlamını kazandırmaktadır. Cinsel kimliklerin toplumsal yapıda yüklendiği önem, çağlar boyunca hiç değişmemiştir. Bununla birlikte çağımızda da cinsel kimlikler dağılmak yerine yeniden oluşuyor. Kadın hala özel, estetik ve duygusal rollerle bağdaştırılıyor, moderniteyle birlikte yapılan bu durumun sürekli geri dönüşümü için çalışılması olarak yaşanıyor.¹⁶⁸ Kadın bunlardan sonra bedenine yabancılaşıyor. Erich Fromm'un 'Marks'ın İnsan Anlayışı' isimli kitabındaki yabancılaşma adlı bölümünde, ilk yabancılaşmanın çıkışına verdiği şu örnek açıklayıcı olacaktır:

“Yabancılaşma fikrinin ilk ortaya atılması, eski ahitte sözü edilen putperestlik kurumu çerçevesinde olmuştur. Bu eylemin özünde tek Tanrı yerine bir çok Tanrıya tapma olayı değil, tapınılan Tanrıların insan elinden çıkma birer nesne olmaları yatmaktadır. Onlara tapan insanlar da insan olmaktan çıkmakta, birer nesne olmaktadır... Tüm güç ve yeteneklerini onlara aktarırlar... Daha sonra da kendi özyetlerini bulabilmek için putlara tapınmaya yönlendirilmektedirler... İşte insanlar böyle davranarak kendi yaşam güçlerinden ve kendi yeteneklerinin zenginliğinden uzaklaşır, onlara yabancılaşırlar.”¹⁶⁹

Popüler kültürün bir ürünü haline gelmiş ve nesneleşmiş kadın da kendisine sağlanan imkanlar karşısında kendi kimliğinden sıyrılarak, üzerine yüklenen anlamı taşıyan bir mahiyete bürünmüş, kendi güç ve kudretini üzerinde taşıdığı sembole atfederek onu ayrı bir özne olarak canlılaştırmıştır. Artık kendi kendisine yabancılaşır, istenildiği anda farklı anlamları barındıran sembollere dönüşerek popüler kültürün üretiminde kullanılan bir meta haline gelmiştir. Kimi zaman -Platon'un ideleri gibi- TV. ekranlarında en üstün özelliklere sahip Anne, kimi zaman çalışkan iş kadını, bazen her ikisi birden, en orantılı vücuda sahip kadın vb. haline gelmiş, tüm özelliklerini oluşturulan simülasyon içerisinde gerçektışı bir şekilde yaşamaktadır. “Eskiden cinsiyeti nedeniyle köleleştirilen kadın, günümüzde cinsiyeti nedeniyle özgürleştirilmektedir.”¹⁷⁰ Burada kadın tam anlamıyla öne çıkmaktadır, çünkü tüketilen şeyler içerisinde diğer nesnelere daha güzel, daha kıymetli, daha eşsiz ve arzu edilen bir nesneye sahiptir. Bu nesne 'beden'dir. Eski çağlardan bu yana kısıtlanmış olan bu özelliğinin yeniden keşfine tanık olan kadın, reklamda, moda da, kitle kültürü ve

¹⁶⁸ Lipovetsky, a.g.e., s. 10.

¹⁶⁹ Erich Fromm, *Çağdaş Toplumların Geleceği*, (Çev: Gülnur Kaya, Kaan H. Ökten), Arıtan yay., İstanbul, 1996, s. 104.

¹⁷⁰ Jean Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, (Çev: Hazal Deliçaylı, Ferda Keskin), Ayrıntı Yay., İstanbul, 1997, s. 167.

popüler kültürde bedeni sarmalayan sağlık, perhiz, tedavi vs. ile birlikte bedeni ruhun yerine almış bulunmaktadır. Varlığın, kimliğin, özneliğin kaynağı haline gelen beden, ona sahip olana yabancılaşarak gücü eline almıştır. Bunların devamlılığı, bedene hizmet etmek ve onu ideal formlarında tutmakla gerçekleşecektir. Tüm bunların yanında kadın acaba şu kısır döngünün farkında mıdır? “Kadınla cinsel özgürlük karıştırılarak, kadın cinsel özgürleşmeyle, cinsel özgürleşme kadınla etkisiz hale getirilir. Cinsel özgürleşme ile kadın, kadınla cinsel özgürleşme tüketilir.”¹⁷¹ Tüketim nesnesi olarak metalaşan kadın, bu özelliği ile özneleşmekte ve kimliğini ifade edebildiğini düşünmektedir.

Durumun devamlılığının sağlanabilmesi yolunun ideal formlarda devamlılıktan geçtiğini söylemiştik. Kadının güzelleşme isteğinin kaynağı olarak öne sürülen doğası gereği olduğu, erkeği kendisine çekme dürtüsü ve kendi kişiliğine saygı duyması¹⁷² olarak gösterilebildiği gibi artık buna bir öge daha ekleyebiliriz. Bu da toplum içerisinde gözde olabilme, seçilmiş(!) bir konuma yükselme göstergesi olarak. Çünkü güzellik, özellikle popüler kültürün nimetlerinden faydalanabilmek adına “kadın için mutlak, dinsel bir buyruğa dönüşmüştür... Güzel olmak iş düzeyindeki başarı gibi, beden düzeyinde seçilmiş olma göstergesidir.”¹⁷³ Estetik anlayışın değişmiş olmasının bir göstergesini de burada bulabilmekteyiz. Genel olarak ‘var olan her şeyin, doğallığının dışında ya da asıl var oluşunun dışında bir amaç üzere kullanılması’ şeklinde anladığımız ‘pornografi’, bu anlamıyla güzellik için de geçerli olmaktadır. Yani güzellik pornografik bir hale bürünmüştür. Çünkü, modernitede güzellik başka hiçbir şeye gönderme yapmadan estetik ve cinsellik değeri olan fiziksel bir nitelik olarak kullanımı ve güzelliğin üstün temsillerini kültürel anlamda kullanmaya çalışırken bir yandan da kadını soyunmaya zorlamasıyla öne çıkmaktadır.¹⁷⁴ Endüstriyel karşılığı olarak da sanki güzellik din kültürleri gibi işlenmiş ve belli bir öğretiye kavuşturulmuştur. Buna göre güzelliğin bir,

“öğretme sistemi (kozmetik reklamları), kutsal metinleri (zayıflama yöntemleri), arınma dönemleri (rejimler), guruları (Jane Fonda), ritüel grupları (Weight Watchers),

¹⁷¹ A.g.e., s. 167.

¹⁷² Cihan Aktaş, *Kadının Serüveni*, Girişim Yay., İstanbul, 1986, ss. 17-18.

¹⁷³ Baudrillard, a.g.e., s. 160.

¹⁷⁴ Lipovetsky, a.g.e., ss. 92-93.

*ölümden sonra dirilmeye inançları (canlandırıcı kremler), melekleri (güzellik ürünleri), kurtarıcıları (plastik cerrahlar) var.*¹⁷⁵

Güzellik yarışmalarına katılan kadınların bu davranışlarını ilk olarak, geleneğin kendilerini biçtiği rollerden sıyrılarak, kendi özne olabilme çabaları içerisinde, modernliğin kalıplarına dahil olma, değişim içerisinde var olabilme, popüler kültürün hayata kattığı nimetlerden faydalanabilme ve en sonunda da doğası gereği kişiliğine saygı duyması açısından güzelliğini bir anlamda ‘tescil ettirme’ ihtiyacından kaynaklandığını düşünmekteyiz. Kadınlar, “modernliğin insan tasarımına göre, herkesin toplumda tamamlaması gereken bir ‘ben’i vardır”¹⁷⁶ düşüncesinden hareket etmekte ve yaşanan toplumda kendileri olarak var olabilme ve varlığını tamamlayabilmesinde yardımcı olarak başvurabileceği bir unsurun da bu yarışmalar olduğunu öngörmektedirler. Herkesin gözlerinin bir anda üzerlerine çevrilmesi, onlar için çalışılması, toplumda popüler olabilme ortamı, yarışmaların ardından popüler kültürün daha bir çok ögesi içerisinde kolaylıkla yer alabilme ihtimali ve buna bağlı olarak iyi bir yaşama kavuşma isteği ve belki de en önemlisi bütün bunlara ulaşabilmesinde gerek duyulan tek şeyin ‘güzellikleri’ olması bir cazibe merkezi olarak düşünülebilir.

Ancak, yarışmaların düzenlenmesinin büyük oranda popüler kültüre tüketim için yeni yüzler kazandırmak amacını güttüğünü de düşünmekteyiz. Bu iddiamızı da yakın bir zamanda Porto Riko’da düzenlenmiş Dünya Güzellik yarışmasına dayandırmaktayız. Bu yarışmada birinci seçilen Rus Oksana Fedorova’nın bir süre sonra tacı elinden alınmış ve bunun sebebi yarışmanın organizatörleri tarafından “anlaşma koşullarına uymadığı ve gerekli promosyonlara katılmadığı”¹⁷⁷ şeklinde açıklanmıştır. Yarışmalar salt olarak ‘güzel’i belirleme ve ulusu temsilden ibaret olsaydı, estetik açıdan promosyonlara katılmamak güzelliği yok edici bir mahiyet arz etmediğinden, seçilen kişinin tacı geri alınmayacaktı. Ama böyle bir davranış, kadının elinden güzellik tescilini almıştır. Bu itibarla, estetik bir değer olarak güzel yargısının, güzellik yarışmalarındaki kriterinin ne kadar da sponsorlara bağlı olduğunu göstermektedir. Tabi bu durum, yarışmaların içerisinde hiçbir şekilde güzel kriterinin

¹⁷⁵ Lipovetsky, *Üçüncü Kadın*, (Çev. Filiz Nayır Deniztekin), Varlık Yay., İst., 1998, s. 107. den naklen Naomi Wolf, *The Beauty Myth*, Londra, Vintage, 1990, ss.86-130

¹⁷⁶ Hikmet Sofuoğlu, “Ötekilik Melodramı”, *Anadolu Sanat*, AÜGSFD, S. 5, Eskişehir, 1996, s. 65.

¹⁷⁷ <http://www.cosmoturk.com/default.asp?id=114&tur=ayrinti> 10.04.2003.

olmadığını göstermez. Beden ölçüleri olarak birbirlerine yakın bireyler arasında yapılan değerlendirmede belli şartlar gözetilmektedir. Bu şartları yarışma düzenleyicilerinden birisi şöyle ifade etmektedir:

“Ah...O çok zor. Çünkü güzellik bir tanrı vergisi. Güzellik sadece gözün badem göz, dudağın köfte dudak veya çizgi dudak, burnun okka burun olması meselesi değil. Bir de fiziksel kurallar var. Her şeyden evvel güzellik tanımını biz insanlar koyduk, tabiattan öğrendiğimizle beraber...Tabi bu kuralları havadan koymadık. Hem tıbben yani ilmi olarak hem de sanatsal olarak koyduk kuralları ve güzellik tanımını bunlara göre yaptık. Örneğin vücut orantısında beden ile bacak arasındaki orantı farklı olmalı. Bedenin boyuna göre bacak daha uzun olmalı. Sadece bacağın uzun olması yetmiyor, bacağın bilek ve diz ile diz ve kalça arasındaki oramı da önemli. Kalça il göğüs arasındaki ve omuz arasındaki oran da önemli.”¹⁷⁸

Bununla beraber bahsi geçen oran ve orantıyı değerlendirecek olan jüri üyelerinin de, sonucun gerçek bir estetik yargı ifade edebilmesi ve ahlaki olabilmesi için yeterlilikleri gerekmektedir. 2002 yılı Star TV. deki Miss Turkey yarışmasının jüri üyeleri şu isimlerden oluşmaktadır: Fatih Terim (Teknik Direktör), Levent Çebi, Yonca Arcatürçan (PNC), Hıncal Uluç (Gazeteci), Tuğçe Kazaz (2001 Güzeli), Deniz Akaya (Manken), Faruk Bayhan (Star TV. Genel Yay. Yön.), Sibel Can (Şarkıcı), Prof. Dr. Ahmet Vefik Alp (Başbakanlık Danışmanı), Hülya Avşar(Şarkıcı, Oyuncu), Prof. Dr. Onur Erol, Yüksel Ak İpek (manken), Özcan Sandıkçioğlu (Türkiye Güzellik Yarışmaları Baş Danışmanı). Açıkça görülebileceği üzere yarışma jürisi, kendilerinin de popüler kimliklere sahip olduğu ve güzel seçiminde yetkinliklerinin tartışılabileceği isimlerden oluşmaktadır. Güzellik Yarışmalarının ilk düzenlendiği zamanlardaki kadın güzelliği anlayışıyla, günümüzdekilerin anlayışları arasındaki farkı ortaya koyduk. Bu farklılık, zamanın gerektirdiği moda, kozmetik, sağlık alanındaki baskın üretime bağlı olarak yönlendirilmiş ve toplumun ihtiyacı olarak görülen yapısal simgeler, güzellik yarışmalarıyla seçilen güzel üzerinde cisimleştirilip, ikonize edilmekte, topluma hazır olarak sunulan bu ikon üzerinden kadınların kendi benlerini tamamlamaları olanağı sağlanmaktadır. (En azından tamamladıklarını zannetmeleri sağlanmaktadır.)

Kadının popüler kültür içerisinde var olabilme çabasını gösterirken kendisini meta olarak konumlandırmasına bir örnek olarak reklam filmlerini gösterebiliriz. ‘Reklam filmlerinde kadının işlevsel rolleri’ adında, 1996 yılı içerisinde yapılmış bir araştırmanın verileri konumuz açısından ilgi çekicidir. Televizyon reklamlarının görevi

olarak tüketicinin zihninde reklamı yapılan mal üzerinde olumlu etkiler bırakabilme ve bu anlamda görsel anlatımı kullanma şeklindeki ifadesine dayanılarak yapılan tanımlamanın ardından belirlenmiş tarihler arasında TRT'nin 1. kanalında yayınlanan ve rasgele seçilmiş 40 adet hareketli reklam filmi seçilmiş ve sayısal olarak şu sonuçlara ulaşılmıştır:

Tablo 2.1. Reklam filmlerinde kadınların işlevsel rolleri

	Sayı	Yüzde
Ev Kadını	7	17,5
Çalışan Kadın	2	5
Cinsel Bir Meta Olarak Kadın	8	20
Ev Kadını+Çalışan Kadın	4	10
Ev Kadını+Cinsel Bir Meta Olarak Kadın	2	5
Çalışan Kadın+Cinsel Bir Meta Olarak Kadın	2	5
Diğer (Kadın Sesi)	2	5
Çalışan Kadın+Ev Kadını+Cinsel Bir Meta Olarak Kadın	2	5
Kadın Yok	1	27,5

Kaynak: Aydın Ziya Özgür, "Reklam Filmlerinde Görünen Kadınların İşlevsel Rollerini", Kurgu, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi, S. 14, Eskişehir, 1996, ss. 238.

Araştırmanın sonucu olarak şunlar belirlenmiştir:

" Televizyon reklamlarında kadının anneliği, çocuklarına bakması, iyi bir ev kadını olması, başarılı bir iş yaşamının yanı sıra kusursuz bir eş, çekici bir vücuda sahip olması, cinsellik açısından özellikle vurgulanan bacakları, bakımlı saçları, elleri, yüzü, teni belli bir malı satmak için reklamcılar tarafından yoğun olarak kullanılmaktadır."¹⁷⁹

Reklamlar, üretilen metaların tüketilebilmesi için kitlenin yönlendirilmesine en büyük etkiyi gerçekleştiren öge olması ve bu ögenin küresel kitle iletişim araçlarınca kullanılması, yaşanan toplumsal değişimde 'mass medya'nın yerini de irdelememiz gerektiği sonucunu doğurmaktadır. Kitle iletişim araçlarının rolü sadece reklamlarla sınırlı değildir elbette. Güzellik yarışmaları organizasyonları canlı

¹⁷⁸ http://www.gayesokmen.com.tr/sait_sokmen_roportaj.htm 15.06.2002.

¹⁷⁹ Aydın Ziya Özgür, Reklam Filmlerinde Görünen Kadınların İşlevsel Rollerini, Kurgu, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi, Sayı: 14, Eskişehir, 1996, ss. 233-238.

yayınlarla TV.lerde, röportajlar ve çeşitli haberlerle yazılı basında geniş ve popüler bir şekilde yer alarak kitleye ulaştırılmaktadır. Bu yolla seçilen güzeller, yine medya yoluyla popüler kültürün diğer alanlarına da geçiş yapabilmekte ve istenilen şekilde kullanılabilir. Bu yüzden medya ve etkilerini ele almak zorundayız.

3.4. 'POPÜLER KÜLTÜR'DE GÜZELLİK YARIŞMALARI

Son zamanlarda kendisi de 'Popüler' hale gelen Popüler kültür, temel olarak modernliğin gerektirdiği hızlı yaşam alanı içerisinde bocalayan insanları kendisine hedef seçmiş, onlar üzerinden faaliyetlerini onlar için gerçekleştiren yeni ve bir o kadar yaygın kültürel bir 'biçem'dir. Köklerini bulduğumuz kavramsal çerçevesi, genel anlamda tüketim, üretim, eğlence, anlık mutluluk ve yeniden üretim gibi kavramlardan oluşmaktadır. Kendisine varlık alanı olarak 'gündelik yaşam alanı'nı seçerek gündelik hayatın kültürü¹⁸⁰ haline gelmiş bu kültür biçemi, (başta müzik olmak üzere) sanatın her dalı, edebiyat dalları, sinema televizyon, çalışma hayatı, toplumun temel kurumları gibi köklü ve bir toplum için hayati önemi haiz unsurlara kadar varlığının izlerini oluşturmuştur.

Bütün bir çerçevesini, pop müzik ile olan ayrılmaz bağıyla birlikte düşünülerek 'Televole' ön adıyla oluşturan bu kültür aslında kitle kültürünün somut şekillerinden birisidir. Kitle için, onlar adına belirlenmiş, kesilip biçilerek uygun hale getirilmiş bir kültürdür.¹⁸¹

Bu kültürün geçtiği her yerde varlığını hissettiren en önemli etken ise kitle iletişim araçlarıdır. Bunların popüler kültüre el atması, daha doğru bir ifadeyle, kitlelerin kültürünü popülerlik ekseninde yeniden oluşturmaya başlaması 18. yy. da gelişmeye başlamıştır. Bizde de ekonomik çıkar maksatlı kurulmuş sivil basın ortaya çıkmasıyla kendini göstermiştir.¹⁸²

¹⁸⁰ Ahmet Oktay, *Türkiye'de Popüler Kültür*, YKY Yay., İstanbul, 1993, s. 17.

¹⁸¹ İrfan Erdoğan, "Popüler Kültür: Kültür Alanında Egemenlik Ve Mücadele", <http://www.media.ankara.edu.tr/~erdogan/nazife.htm> 15.04.2002.

¹⁸² İrfan Erdoğan, Korkmaz Alemdar, "Popüler Kültür ve İletişim", <http://www.geocities.com/enisaydin/hipop.html> 15.04.2002.

“Bir kültür hareketinin popüler olabilmesi için çoğunlukla kabul görmesi gerekir. Ancak bu çoğunluk görece bir çoğunluktur. Salt çoğunluk değil.”¹⁸³ Yani çoğunluğu oluşturan bireyler arasında var olan farklılıklar ve birbirlerinden haberdar olamama durumu onların değişik konularda ve zamanlarda bir araya gelerek çoğunluğu oluşturmalarını sonra da tekrar başka bir birlikteliğe kadar ayrılmaları şeklinde gerçekleşmektedir. Aslında bu kültür kendi çoğunluğunu kendisi oluşturur. Genel olarak kabul görebilme imkanlarını araştırır, ne yapılırsa insanların ilgilerini çekebileceği üzerinde araştırmalar, kitlenin genel eğilimlerinin belirlenmesine yönelik çalışmalar yapılarak, edinilen bilgilere dayalı kültür üretimi gerçekleştirilir.

Popüler kültürün küreselleşmeyle beraber bu kadar yayılabilmesinin imkanı neden kaynaklanmaktadır? İnsanların bu ürünlere yönelik teveccühünün nedeni nedir? Bir tanesi sürekli ele aldığımız, hayatın zorluğuna karşı direnç sağladığı şeklinde sunulmasıdır. Çünkü eğlenmek unutmak anlamına gelir. Bizler ‘şey’leri, psikolojimizin ve her türlü toplumsal örüntünün oluşturduğu zihniyet yapımızın içerisinde, ifade ettikleri ve bizim onların üzerine yüklediğimiz imajlarla (simge) algılarız. Aynı nesneyi rol değişiklikleri nedeniyle iş ortamında, aile içerisinde, sokakta farklı farklı anlamlandırmaktayız. Eğlence ise bizim tüm bu anlamlandırdıklarımızın anlık unutulmasına yardımcı olur. O esnada gördüğümüz ‘şey’, aslında olduğu şeyden sıyrılarak hiçbir şey ifade etmez bir duruma indirgenir. Bir sürü sorununun bulunmasına rağmen çocuğumuz, eğlenirken sadece çocuğumuzdur, bedendir ya da sadece bir isimdir. Bu yüzden popüler kültür ürünlerinin insanları eğlendiriyor olmaları iyi ve onları edinerek tüketmek gerekir, şeklinde algılanır. İşe yaradığı düşünüldüğünden tüketimi esnasındaki tüm mesajları, biraz da kitle kültürünün eleştirel akıldan uzaklaşması nedeniyle hiçbir değerlendirme yapılmaksızın kabul edilmesi gerekir.

Bu noktada değer anlayışlarındaki değişimi de gözler önüne sermek gerekiyor. Yukarıda söylenenler ışığında elde edilen ya da yeniden konumlandırılan evrensel olarak varlığı düşünülen iyi/güzel/doğru yargılarının sıhhati üzerinde sıkıntılar

¹⁸³ Betül Karagöz, “Hiçlik İçinde Yokluğu Aramak Popüler Olabilir Mi?”, *Doğu Batı*, S. 15, Felsefe Sanat ve Kültür Yay., Ankara, 2001, ss. 166-167.

oluşmaktadır. Hele birde popüler kültür ürünlerinin kendisini sürekli kalıcılıkta değil, sürekli değişimde bulması düşünüldüğü zaman. Yargılardaki bu sürekli değişim potansiyeli, küreselleşmenin gerektirdiği bütünlük içerisinde yaratılan ayrılığı ve güdümlülüğü ifade etmekte, güdümlülükte değer yargısının olması gereken yerine olması istenilen, birileri için uygun görülen şekilde yeniden tanımlanmasına yol açmaktadır. Müzik alanında popülerlik her hafta değişen 'top' listeleri içerisine girmektir. Giyimde mevsimlerle değişen modayla güdümlü kültürel yaşamdır. Yeme ve içmede küresel markaların yanı sıra etnik ve bölgesel alternatifler arasında tercih yapabilmektir.¹⁸⁴ Sürekli değişim insanları tek düze yaşamdan kurtarır ki zaten yaşamın kendisi tek düzedir. Tercih yapabilme, insanları popüler kültüre çeken ve bazen de popülerin içerisine girebilmek için uğraş vermeye yönelten gücü bireye sağlar. Size sunulanların hangisinin daha iyi, daha güzel, daha tercih edilebilir olduğunu, cep telefonunuz aracılığıyla yazacağınız kod numarası sayesinde 'siz' belirler hale gelirsiniz. Bilirkişi, jüri vs. olursunuz. Güç sizdedir. İsterseniz yüceltir, isterseniz yok edebilirsiniz. Yaşanılan hayata girebilmenin yolu da oyunu kurallarına göre oynamanıza ve popüler kültür dünyasının olmazsa olmazlarına uymanıza, gereklerini yapmanıza bağlıdır. Bu durum sizin bir anda ulaşmaya çalıştığınız yıldızların arasında bulunmanıza yol açabilir. Güzellik yarışmaları tam anlamıyla bir popüler kültür ürünüdür. Katılımından, seçilmesine kadar her aşamasıyla bahsedilen şekildedir. *Sanki önceki seçilenin 'güzelliği' kullanım tarihini bitirmiş, geçerliliği kalmamış gibi her sene birden fazla yayın organı tarafından düzenleniyor olması, bu kültürdeki sürekliliğin ifadesidir.* Tüm gözlerin üzerinize çevrilmesini sağlayabilirsiniz. Güçlüsünüzdür.

İrfan Erdoğan, bir makalesinde, popüler kültürün kendisini konumlandığı ana nokta olarak popülerin, kültürün ve popüler kültürün, egemenlik ve mücadelenin üretimi ve ilişkilerinin bütünleşik ve dinamik bir parçası olduğu, aynı zamanda kapitalist ekonominin, kültürel ve siyasal pazar yapılarının egemenliği altında şekillendiği üzerinde yoğunlaşmaktadır.¹⁸⁵ Üzerinde durduğu konu popüler kültür ürünlerinin doğallığı/suniliği ve çoğunluğun varlığıyla meşruiyet kazanıp kazanmayacağıdır. Üretimdeki makineleşme yaşam tarzına da sirayet etmiş ve doğal

¹⁸⁴ Erdoğan, <http://www.media.ankara.edu.tr/~erdogan/nazife.htm> 15.04.2002.

¹⁸⁵ İrfan Erdoğan, "Popüler Kültürde Gasp ve Popülerin Gayri Meşruluğu", *Doğu Batı*, S. 15, Felsefe Sanat ve Kültür yay., Ankara, 2001, ss. 65-104.

olarak kültürün de etkilenmesine yol açmıştır. Başlangıçta kendisine ait olacak şeyleri yine kendisine has bir biçimde yapan insanoğlu, şimdi onu satın almaktadır. Kişisel gelişim, müşteri memnuniyeti odaklı, toplam kalite merkezli, başarıya endeksli üretim ilişkilerinde, pazardan olabildiğince yüksek pay edinebilme savaşımı kültür ürünlerine de sirayet edince bu kültürün doğallığı, popüler kültürü yönlendiricilerin insafına kalmış bir konuma getirmiştir. Bir çok insanın popüler kültür ürünlerine gösterdiği teveccüh küresel boyutlara taşınmış ve bu da onun geçerli ve meşru (değer yargıları açısından tam kabul görmüş) olması gibi bir fikre de götürmektedir.

İşte bu yüzdendir ki güzellik yarışmaları katılımcıların haricinde, organizasyonların başlangıcından, güzel seçilenle yapılan uzun soluklu sözleşmelere varıncaya kadar, türlü sponsorlukların ve reklam kapasitelerinin gölgesinde, moda, TV., sinema, tiyatro, müzik, sunuculuk, yazarlık, vb. gibi daha bir çok alanda popüler kalabilmenin kapılarını açmaktadır insanlara. İzleyen insanlar (kadın ve erkek) değişik algılayışlara sahiptir. Hepsinin ortak paydası "...mış gibi sanmak"¹⁸⁶ haline gelmiştir. Eğlenmiş gibi, unutmüş gibi, katılmış gibi, seçmiş ve seçilmiş gibi.

Modernite, insana kimliğini yeniden gözden geçirme ve adlandırma zorunluluğu ortaya koymaktadır demiştik daha önce. Yaşam olanaklarının değişip genişlemesi, insanı kimliğini seçebilir ya da imal edilebilir kılmakta. Ortaya çıkan rollerin (gösteri toplumu benzerliğini de unutmadan) çokluğu, bireyleri muteber bir kimliğin üzerinde karar kılarak kabul edilmesini sağlama çabası içerisine itmektedir.¹⁸⁷ Popüler kültür burada da insanlara yardımcı olmaktadır! Kimlik çeşitleri –ki bunlar modern, aydın, entelektüel, işçi, batılı, doğulu, öğrenci, sevilen, iyi, çapkın, güzel vs. gibi- hazır ve isterseniz yeni başlayan dizide bu kimliklerin toplumda nasıl bir reaksiyon aldıklarını izleyebilir, best-seller kitaplarda işleniş şekillerine bakabilirsiniz. İstedığınız kimliğin temel başarıya odaklı ise kişisel gelişim kitapları arasında dolaşmalısınız. Bunların sizin için gerekli olup olmaması önemli değildir. Kullanır ve fakat olmazsa atarsınız. Kitle içerisinde 'kendimiz' olmak mümkün gözükmemektedir ve aslında işe de yaramaz. "Kendi kendimiz olmak bizi ne kadar az tatmin ederse,

¹⁸⁶ Karagöz, a.g.e., s. 174.

¹⁸⁷ Douglas Kellner, "Popüler Kültür ve Kimliklerin İnşası", (Çev: Gülcan Seçkin), *Doğu Batı*, S. 15, Felsefe Sanat ve Kültür Yay., Ankara, 2001, s. 169.

başkaları gibi olma isteğimiz o kadar artar.”¹⁸⁸ Popüler kültür size ihtiyacınız olan kimliği başkası üzerinde gösterir, onu ikonize eder. Beğenilen ve başarılı bir iş adamı olmak istiyorsanız, başta kitle iletişim araçları size o özelliğe sahip birisini gösterir, yükselen trende uymaksa derdiniz adres bellidir, kadınlar için güzel ikonalarının adresi de tabii ki Güzellik yarışmalarıdır.

“Kitle iletişim araçlarının konusunda çalışan herkesin üzerinde hemfikir olduğu nokta, bu araçların insanlar üzerinde mutlak bir etkiye sahip olması ve düşünceleri, değer yargıları ile tutum ve davranışları belirleyici en önemli etmenlerden olmuştur. Aynı zamanda bir toplumsallaşma aracıdır ve aile kurumunun yapması gereken bir çok fonksiyonu yerine getirmektedir. Dış dünyanın gerçeklerini televizyon aracılığı ile kavramlaştıran çocuklar ve gençler kaçınılmaz olarak bu etkiyi olumsuz yönde yaşamaktadırlar.”¹⁸⁹

İletişim hangi araç üzerinden olursa olsun mutlaka bir dil kullanarak gerçekleştirilmektedir. İletişim sürecinde bir kaynaktan çıkıp alıcıya giden dil, bir mesaj ya da mesajlar taşır. Bu yüzden dış dünyanın mesajlarını gençler orijinal olarak birebir bir şekilde değil, hem dolaylı yoldan hem de ekstra mesaj ile işlenmiş bir şekilde televizyondan öğrenmektedirler.

Popüler kültür ürünlerinde kimliklerin yeniden şekillendirilmesine bağlı olarak, kadın-kadın, kadın-erkek ve erkek-erkek arasındaki cinsel rol kalıplarının da büyük etkileri olmuştur. Bu unsur, kitle toplumunun hemen her ögesinde işlenegelen ve çoğunlukla da rağbet gören bir mahiyettedir. İnsanların genelde hedonist algılamalarına denk düşen bir şekilde başta kadın olarak, her çeşit şeyi cinsellik hamuru içerisinde yorumlayan popüler kültür, popülerliği bir anlamda da bu yolla sağlamaktadır. Otomobilden müzik parçalarına, dondurmadan giyim eşyalarına, mutfak gereçlerinden edebiyata kadar bir çok saha, pazarlarında tutunabilmenin yolunu cinselliği –kadın ve erkek bedenini- stereotip olarak kullanmakta bulmaktadırlar.

“Kral TV. de yayınlanan müzik videoları ile ilgili bir içerik çözümlemesi çalışmasında; 42 ana ve yan karakterden 32’sinin cinsel obje olarak kullanıldığı, kadın karakterlerin tamamına yakınının güzel, şık, bakımlı ve ideal vücut ölçülerinde olduğu görülmüştür.”¹⁹⁰

¹⁸⁸ Eric Hoffer, *Kesin İnançlılar*, (Çev: Erkil Günür), Tur Yay., İstanbul, 1978, s. 134.

¹⁸⁹ Aysel Günindi Ersöz, “Popüler Kültür Ürünlerinden Müzik Videolarının Gençler Üzerindeki Olumsuz Etkileri”, *Aile ve Toplum Dergisi*, Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı Yay., Cilt:2, S. 5, Ankara, 2002, ss. 61-62.

¹⁹⁰ A.g.m., s. 66.

İnsanlar ve toplumlar arası ilişkilerin küresel bir zeminde yaşanmasına bağlı olarak, kapitalist üretim şekillerinin tüketime yönlendiriciliği ile birlikte, var olan yeni şartlara uyum sağlama çabası içerisinde bulunan bireylerden oluşan toplum, modernleşmenin gerektirdiği özelliklere bağlı olarak gitgide kitleleşmekte, kendisine has yapısını egemen kültür/kültürler içerisinde hibritleşmesine ses çıkarmadan varlığını sürdürebilmenin yollarını aramakta ve halk olarak (Pop) istediği şeylere ulaşabilmede popüler kültüre anında ve özendiği şekilde ihtiyaç duymaktadır. Pazardaki savaşımın zorluğu da üretim araçlarını ellerinde bulunduranlara, tüketimi hızlandırabilmek için yeni yollar arama zorunluluğunu ortaya koymakta ve bunun sonucu olarak genellikle kitle iletişim araçlarının gelişmişliğinden de faydalanarak halkın istekleri doğrultusunda kültürel üretime hız kazandırmaktadır. Ancak, bu ilişki kendi içerisinde bir paradoksa neden olmuştur. Halkın istediklerini üretenler bir yandan da aynı yolla halkın istemesini ve neyi isteyecekleri hakkında da bir çerçeve çizmekte, insanlar kendi arzu ettiklerini aldıklarını zannederken aslında kendileri adına belirlenmiş bu çerçeve içerisindeki tercih ettiklerini de bilmemektedirler. Bu durum sadece maddi metalarda söz konusu değildir. Soyut unsurların da metalaştırılma süreci yaşanmaktadır ve tüketime hazır hale getirilmektedir, bunların başında da (estetik açıdan güzel, ahlaki açıdan doğru) değer yargıları gelmektedir.

Kitle kültürüyle popüler kültür kimi zaman aynı anlamlarda ve birbirlerinin yerine kullanılmakla beraber, aralarındaki farkı ortaya koymamız bu kavramların doğru anlamlandırılmalarına olanak verecektir. Her ikisi de halkın kendisi tarafından yaygınlaştırılmakla birlikte, kitle kültürünün o dönemdeki iktidarda bulunan siyasal gücün kültür politikaları çerçevesinde ve güdümünde şekilleniyor olması noktasından birbirleriyle tam anlamıyla ayrılmaktadırlar.¹⁹¹ Bu durum siyasal gücü ellerinde bulunduranların, medeniyet tanımlarına uygun bir şekilde ve özellikle de küresel yapıya toplumun her şeyiyle eklenilebilmesi masadıyla sürekli bir değişime maruz bırakması şeklinde bir açıklamayla ifade edilebilir. Toplumumuzun ilk olarak güzellik yarışmalarıyla tanışması da az önce açıklanan olgu ile birebir örtüşen bir şekilde gerçekleşmiştir. Başlangıçta kitle kültürü şeklinde anlaşılacak yarışmalar, daha

¹⁹¹ Orhan Kahyaoğlu, "Popüler Kültür, Popüler Müzik", *Varlık*, İstanbul, 1992, ss. 7-12.

sonra popüler bir mahiyete kavuşmuş ve popüler kültürün hammaddesi olarak işlenmeye başlanmıştır.

Fransa'nın önde gelen ve sert eleştirileriyle tanınan mizah dergisi 'Charlie Hebdo'nun yazi işleri müdürü Philippe Val'in,

"Popüler kültür ya da eğlence kültürü, hepimizin düşmanı. Televizyon, bugün kimseye özgürlük bilinci vermiyor. Tam tersine insanlara çok fazla düşünme şansı vermeden, onları kendine esir ediyor. Oysa mutluluk diğer insanlarla kurduğumuz ilişkilere bağlı. Eğlence kültürünün hayatımızı boğmasına ve bir tabuta çevirmesine, insanların gözlerindeki enerjiyi tüketmesine izin vermememiz gerekiyor."¹⁹²

Sözlerinde olduğu gibi sert eleştiriler yapılmasına karşılık, popüler kültürün insanları rahatlatması ve hayata karşı kendisine geliştirdiği bir savunma mekanizması olarak da görenler var. Ayrıca çoğunluk istedikten sonra kim ne kadar karışabilir ki?

3.5. MEDYANIN ROLÜ

Modernleşme süreci, özelliği gereği bireye pek fazla boş zaman bırakmamıştır. Tutunabilmek için yoğun ve acımasız bir çalışma etkinliğine giren bireyin bu durumu, onun sürekli artan taleplerini, yaşama isteğini ve var olmanın acısını unutma çabasını ise hiçbir şekilde azaltmadığı gibi aksine unutabilmek için genelde eğlence olarak tanımlayabileceğimiz etkinliklere daha fazla bağlanmasına neden olmaktadır. Çünkü 'eğlenmek, unutmaktır'. Küreselleşmeyle gelişen iletişim imkanları sayesinde farklı popüler ürünlerden haberdar olan ve arzulayan birey, reel dünya da bunu gerçekleştirememekte ve fakat başta televizyon olmak üzere bütün kitle iletişim araçları, başarıyla oluşturdukları 'simülasyon'la bireye ihtiyaç duyduğu her şeyi modernliğin gerektirdiği hız ve yoğunlukta sağlamaktadır. Bu özelliği de medyaya vazgeçilmez bir otorite sağlar. Otoritesi gereği bireylere ve doğal olarak topluma sunduğu her mesaj da, araçsal akla uygunluğu nedeniyle tartışılmadan özümсенir. Acaba medya, bu özelliğini tam olarak nasıl elde etmiştir? Konuya başlangıcımız bu noktadan olacaktır.

¹⁹² Fatma Özten, "Kim Olduğumuzu Unuttuk" <http://www.ozgurvebilge.com/sayi7/medya.htm>
23.01.2003

3.5.1. Medyanın Hareket Temelleri

Bize göre ilk hareket temelini iletişim kavramı oluşturmaktadır. Başlangıçta bireyler arasındaki ortak ilişkilerle ilgili olan bu kavramın tanımını şöylece belirleyebiliriz:

“Dilimizde Fransızca’dan gelen “communication” sözcüğü Latince’deki “communicatio” sözcüğünün karşılığıdır. Bunun kökenindeki “communis” kavramı bir çok kişiye ya da nesneye ait olan ve ortaklaşa yapılan anlamlarını taşımaktadır. Yani, iletişim sözcüğünün, yalnız bir ileti alışverişinden çok, toplumsal nitelikli bir etkileşim, değiş tokuş ve paylaşımı içerdiği”¹⁹³

İletişimin nesnesi ise ‘mesaj’dır. Mesaj bir kaynaktan (gönderici) diğer bir kaynağa (alıcı) doğru yönlendirilir. Mesajın doğru bir şekilde anlamlandırılabilmesi için “alınan ve verilen mesajların birbiriyle ilişkili olması gerekir.”¹⁹⁴ Farklı şekilde düşünülen konular üzerindeki mesajların ilişkili olması durumu ise sorunludur. Bu itibarla kitle iletişim araçları ve birey arasındaki bu iletişimin sağlıklı gerçekleştirilebilmesi medyanın mesaj üzerinde, bireylerin tümünün aynı şeyi anlayabilmesi için belli bazı çerçeveleri oluşturması gerekmektedir.

Sağlıklı bir mesaj iletiminin sağlanabilmesi, belirli oranda ‘iletişim ortamı’ ile de ilgilidir. Eylemin gerçekleşmesi aşamasında toplumun gerektirdiği kültürel yapı, ortamın şekillenmesinde baş aktör olduğundan, kitle iletişim araçlarının karşısına üç unsur çıkmaktadır. Ya var olan yapıya uygun hareket edilecek, ya kitle iletişim araçlarının belirlediği sınırlar içerisine çekilecek ya da belirlenen sınırlar içerisine çekilirken bireylerin gelenekten getirdiklerinin dönüştürülmesi sağlanacaktır. Toplumsal değişimin bir aşaması olarak küreselleşme süreci içerisinde kitle iletişim araçları olmazsa olmaz bir nitelik olduğundan, çevrenin bizden etkilendiği, bizim çevreden etkilendiğimiz bu aşamada küreselleşmenin getirileri iletişim ortamının şekillenmesinde birincil bir işleve sahip oluyor. Çünkü bilindiği üzere küreselleşme, toplumları kendilerine has kültürel yapılarıyla birlikte yeniden tanımlarken, aradaki farklılıkları

¹⁹³ Tülay Sarar Kuzu, “Eğitim-Öğretim Ortamında Etkili Sözel İletişim”, Milli Eğitim Dergisi, S.158, Ankara, 2003.

¹⁹⁴ <http://www.geocities.com/enisaydin/iletisim9.html> 13.05.2004

oluşan 'bir' üst kültüre bağlayarak ortadan kaldırmaktadır. Yani toplumlar birbirlerinden farklılaşarak benzeşmektedirler.

Medyanın işlevleri açısından daha özele incek olursak, beş temel işlevle karşılaşırız. Bunlar: "Eğlendirici, bilgilendirici, kültürel, toplumsal ve siyasal"¹⁹⁵ işlevlerdir. Toplumdaki eğlenme ihtiyacının karşılanmasındaki görevini bundan önce ele almıştık. Bilgilendirme ise yine küreselleşmeyle gerçekleşen dönüşümdeki artan enformasyon ihtiyacına bağlı olarak yapılması arzulanan bir mahiyettedir. Dünyanın bir ucundaki şeylerin bizi de etkiliyor olması, bilgiye hakim olma arzusunu doğuruyor. Kültürel faaliyetlerin aktarılması tam manasıyla az önce bahsettiğimiz benzeştirmeye dönüktür. Başka kültürlerin yaşam olanakları, hayata bakışlarından haberdar edilen toplum, yeniliklere açık olma düsturuyla bunları topluma aksettirmek ister ve medya bunun için aracı vazifesini görür. Kültür değişmelerinin toplumun yapısını etkileyici özelliği de toplumsal işlevleri oluşturur. Dünya daki yeni siyasal oluşumlar ve güç dengelerinin varlığı, ekonomik paylaşımın yeniden yapılması ihtiyacı, siyasi yapıların hem kendi toplumlarına hem de dünya halklarına ulaşmadaki aracılığı yine medyaya verilmektedir. Peki medya ya da kitle iletişim araçları bu işlevlerini yerine getirirken, tam anlamıyla özgürlüğünü elde etmiş ve hiçbir müdahaleyi kabul etmeyen bir tarzda mı gerçekleştirmektedir? Böyle bir sorunun cevabını, bu araçların ekonomik bağılıkları açısından yaklaşılarak verebiliriz.

Gerek kamu, gerekse özel teşebbüs eliyle yürütülen kitle iletişim kuruluşlarının çalışma prensipleri, evrensel kriterlere uygunluk ve basın özgürlüğü standartları çevresinde yapılıyor olma iddiası taşır ancak, kamuya ait medya yapıları, devletin ve toplumun zararına görülen unsurlardan uzak tutulma düşüncesi ile şekillenmekte ve bu yüzden kendi içerisindeki sansür kurumuna tabi tutulmaktadır. Ülkemizde de bu amaçla yapılmış bir sansür yönetmeliği bulunmakta ve bu yönetmelikte sansürün amacı olarak madde 4'te:

- a. Kamu düzeni ve güvenini bozan, halkı telaş ve heyecana düşürecek nitelik taşıyan haberlerin yayılmasını önlemek.

¹⁹⁵ Aysel Usluata, *İletişim*, İletişim Yay., İstanbul, 1995, s. 77.

- b. Milli Güvenlik bakımından gizli kalması gerekli bilgi ve haberlerin duyulmasına ve yayılmasına engel olmak.
- c. Milli Güvenlik yönünden faydalı olabilecek bilgileri elde etmek.¹⁹⁶

şeklinde ifade edilmektedir. Özel televizyon kanallarında da böyle bir durum mevcuttur. Devlet eliyle yasaklanmış kimi yayınlar dışında tamamıyla özgür hareket eden bu kuruluşlar da zaman zaman sansüre takılırlar.

Buna örnek olarak ABD. Dışişleri Bakanlığı sözcüsü Richard Boucher'ın son dönem uluslararası ilişkiler mevzuu olan Kıbrıs meselesinde, Rum kesiminin yayın kuruluşunun kendi halkına gelişmeleri tam olarak aktarmadığı iddiasını gösterebiliriz.¹⁹⁷ Aynı şekilde Amerika'nın önde gelen muhaliflerinden Michael Moore'un Başkan Bush aleyhine çektiği belgesel filmin engellenme çabası¹⁹⁸ da bu şekilde algılanmalıdır. Özel medyanın da mevcudiyeti, ekonomik kazanca bağlı olması da bu türden etkilere açıklığını doğurur. Medyanın toplum üzerindeki hakimiyeti nedeniyle, çeşitli kişi ve kurumlar kendisini ve kendi ürününü vs. tercih edilebilmesi için para karşılığı araçlara her şeyi söylättirebilmektedirler.¹⁹⁹ Endüstrileşmenin hakim tema olması kitle iletişim araçlarının kendi ayakları üzerinde durmasını sağlaması nedeniyle bu olgu meydana çıkmıştır. Medya, bu duruma mecburdur.

Toparlayacak olursak, kitle iletişim araçları-daha yaygın adıyla medya- tüm faaliyetlerinde tam bir özgürlüğe sahip değillerdir. Başta bu kuruluşların en büyük gelir kaynağı olarak görülen reklamlar nedeniyle üretim gücünü ellerinde bulunduranların güdümünde, sonra da yine popüler kültürün metalarının reklama dönüşebilme potansiyeli nedeniyle popüler kültüre bağımlıdırlar. Sadece bilgi aktarımının kendi başına hiçbir ekonomik değeri olamaz. Bu yüzden kapitale dönüşebilecek her türden mesaj, kitlelere ulaştırılmalıdır. Medyanın bu durumu ona nasıl bir iletişim ortamı ve nasıl bir güç sağlamaktadır. Bunu bir sonraki başlık altında inceleyeceğiz.

¹⁹⁶ http://www.yargitay.gov.tr/bilgi/kanun_liste/PC3066583.HM5.text.html. 13.05.2004.

¹⁹⁷ <http://www.ntvmsnbc.com/news/267100.asp#BODY>. 13.05.2004.

¹⁹⁸ <http://www.ntv.com.tr/news/268856.asp?cp1=1#BODY>. 13.05.2004.

¹⁹⁹ Topçuoğlu, a.g.e., s. 219.

3.5.2. Medyadaki Değiştirici Güç

Medya ve birey iletişimindeki iletişim ortamının önemi üzerinde durmuştuk. Bu konuda kitle iletişim araçları, modernleşmeyle birlikte gelen toplumsal değişimin nimetlerinden faydalanmaktadır. Cisimlerin, kavramların yüklendiği yeni tanımlamalarla birlikte olguların sembolleştirilmesi, medyanın elindeki sembolleştirici kuvvetle birleşince ortaya büyük bir yönlendirici etki çıkmıştır. Bu noktada, bireyler gitgide semboller dünyasında yaşamakta ve gerçeklikle soyut bir arada yaşanmaktadır. Bireylerin yaşamlarının gerektirdiği sıkıntılardan kurtulabilmesi adına sembolik yaşama kaymaları büyük bir çoğunlukla da gerçekleşmektedir. Biçim, araç, aktör, ortam ve bağlam, toplumsal çözülme, sermayenin örgütlenmesi, ideolojik egemenlik ve hayal etmek ve yaşamak aşamaları, kitle iletişim araçları sayesinde yaşanmaktadır. Bu aşamalardan ilki olan biçimde gerçeklik, soyutlamalar yoluyla sembolik anlatım kalıpları içerisinde sunularak belirsizleştirilmekte ve ortaya çıkan anlam bir bakıma gerçek gibi algılanmaktadır. Teknolojinin içeriği biçimleyerek ürüne yedirilmiş bilgi şeklinde alıcıya ulaşması sonuç olarak duyu ilişkileri ve algılama modelleri şeklinde, dirençle karşılaşmadan yavaş yavaş aktarılmasının sağlanması da ikinci aşama olan aracı oluşturur. Aktör kısmı ise bunun en can alıcı noktasını meydana getirir. Kültür üretiminde dün meslek erbabının özgün duyum ve çabalarıyla ürettiğini bugün değişen toplumsal yapı içerisinde markası, imajı, reklamı kendisinden önce piyasaya sokan uzmanların ürettiklerini sunmaktadır. Bu uzmanların yaptıkları da doğal olarak başta söylediğimiz sembolik anlatım kalıpları haline getirmekten ibarettir diyebiliriz. İşte bu yüzden de medyaya, sembolik formları kullanma becerisi, eylem ya da olayların alanını etkilemek ve müdahale edebilme kabiliyeti nedeniyle 'sembolik iktidar' de denilebilir.²⁰⁰ Fordist bir imaj ve insan üretimi. Güzellik yarışmalarında güzel seçilenlerin, bir anda medya tarafından yayılan popüler kültür ürünlerinde oraya çıkmaları, medyanın yeni kalıplar edinmeleri anlamına gelebileceği de su götürmez bir gerçektir. Her bir fenomenin hangi durumlarda, ortamlarda ne şekilde algılanması gerektiğini de medya bize vermektedir. Bu yüzden karşımızda duran, ekrandan yansıyan her şeyi bizim

²⁰⁰ James Lull, *Medya İletişim Kültürü*, (Çev: Nazife Güngör), Vadi Yay., Ankara, 2001, s. 101.

anlamlandırmamıza imkan vermeden, bakış açımızı belirleyici bir şekilde kendileri sunmaktadır. Popüler kültür burada işlev görmektedir. Verili sistemin kendi içerisinde kalıcılığını sağlayacak bir kültürel ortam hazırlar. Örneğin kadın, çok güçlü bir ülkenin devlet başkanı olabilir ama biz o esnada onun giydiği elbiseyi nasılda zarafetle taşıdığını düşünmeli, teknoloji sahasındaki tekilleşmeyi gelişme şeklinde anlamalı, gerçekleşen değişim sonrasında siyasal, kültürel ve estetik değer yargılarının yeni söylemleri altında kişiliğini bulma çabası içerisinde katılarak güzellik yarışmalarında birinci seçilen Türk güzelinin nasılda ülkemizi başarıyla temsil ederek yeni arkadaşlıklara imza attığını konuşmalıyız.

Buraya kadar olanlar sonuçta bizi toplumun kitleleşmesine götürmektedir ki bundan ayrıntılı bir şekilde bahsettik. Sermaye yapılarının da kendileri açısından gerçekleşen bu aşamalar içerisinde yer almaları ve lehlerinde kullanmaya başlamaları çok uzun bir süre almamıştır. Orta noktada duran medyanın, reklamlar aracılığıyla üretilen malın tüketimine itilmesi yani malın pazarlanmasıyla, kitlelere ürünü meta olarak göstermesi ama aynı zamanda reklamı yapılacak ürünün kendi yayın kuruluşlarında yayınlanmasını sağlamak amacıyla da kitlenin üreticilere pazarlanması şeklindeki paradoksa yol açmıştır. Kitle, arzu ettiklerini üreticilere medya vasıtasıyla iletmede, üretici, gelen iletilere uygun üretimle malını pazarlamakta ve her iki durumda da medya iletişimin 'araç'ı olarak karlı çıkmaktadır. İzlenildiği için reklam almakta, reklam aldığı için izlenilmektedir. Daha fazlası için de müdahalelerde bulunmaktadır. Bu müdahaleleri, kendi kavramsal çerçevesini meydana getirdiğinden, elindeki kozlarla belli bir ideolojik kapsamı meydana getirmek suretiyle sistemin devamlılığını kontrolü altına alır. Hitap ettiği kitle artık onun kapsamını bilir ve kavramlarını istenildiği şekilde algılar ve sonuç itibarıyla, kitleler medyanın yaşam alanına dahil olurlar. Bu andan itibaren bireyler onundur ve yönlendirmeye ses çıkartmayacaklardır. Oluşan simülasyon evreninde mutlu bir yaşam sunulur.²⁰¹

Kendisine kurduğu bu iletişim ortamında arkasına küreselleşme rüzgarını da alan medya yapıları doğrudan ya da dolaylı olarak tüm içeriği ile kültürel şekillenmeyi modelleyerek yönlendirir ve sürekliliği sağlayabildiği gibi değişimi de

²⁰¹ Güneş, a.g.e., ss. 146-168.

gerçekleştirebilir. Güzellik yarışmalarıyla bu modellemeyi birebir şekilde görmekteyiz. Yarışmaları kitlelere ulaştırarak insanların eğlenmelerini sağladığı gibi, popüler kültüre yeni yüzler kazandırmaktadır. İstenilen kimliğe sahip kadın modelinin işlendiği bu yarışmalarda tüm topluma kadının nasıl algılanmasını öğretmekte, kadınların kimliklerini bulabilmeleri için yol gösterilmektedir. Estetik bir yargı olan güzel, bu sahnede evrensel olarak lanse edilen ve fakat hakim kültürün belirlediği kriterlere uygun bir şekilde yine topluma kanalize edilmekte, kültürel bir öge olarak bu yargının ihtiyaç halinde tekrar ele alınmak üzere değiştirilmesi sağlanmaktadır. İşin içerisinde güzel yargısının bulunması ve giyim kuşam estetiğinin olması, bu alanda faaliyet gösteren sermayenin de dikkatini çekmekte, değişim sonucu ortaya çıkan olguyu reklam olarak topluma geri aksettirmektedir. Bütün işlemlerde medyanın "yönlendirme, pasifleştirme ya da aktifleştirme, değiştirme, parçalama, birleştirme vb. kabiliyetleri dikkatleri çekiyor."²⁰²

Gazete ve televizyonların teknolojinin gelişmesiyle oluşan boş zaman içerisinde aldığı pay, bireyin bu araçlarla olan ilişkisini haberleşme bağlamından kopartmış²⁰³, tek taraflı bir alış veriş sürecine sokmuştur. Özellikle müzik, sanat gibi alanlarda günlük yaşamın tüm ayrıntılarını kapsayıcı bir niteliğe bürünmüştür. Bu büründürmeyi medya gerçekleştirmekte ve belki de her alana uygulamaktadır. Beraberinde de şöyle bir mesaj taşır: İnsanlar! Düşünmenize gerek yok biz düşünen insanları buluyor ve sonucu size veriyoruz. Ahlaki olan şudur, bu güzeldir, ahlaki ve güzel olabilmek için siz de böyle olun ve bu şekilde düşünün. Sizin için biz araştırdık ve bulduk, en iyiler bunlardır. Tüketin.

Medya elindeki bir güç de meşrulaştırıcılıktır. Bu konuyu yukarıda bahsettiğimiz sembolleştirme bağlamında ele alabiliriz. Her şeyin sunumlarındaki şekil, olay ve olguları meşru bir olay ya da olgu olarak anlamamıza yol açar. Buna göre cinayet ve şiddet adalet duygusu içerisinde, pornografi, cinsel şiddet ve sapmalar güzellik ve zarafet duygusu içerisinde meşrulaşarak kabul edilebilir bir hal alır.²⁰⁴ Zaman içerisinde ters gelen bir çok estetik kalıp da televizyonun meşruiyet aracı

²⁰² Sadi Özdemir, *Medya Emperyalizmi ve Küreselleşme*, Timaş Yay., İstanbul, 1998, s. 36.

²⁰³ Topçuoğlu, a.g.e., s. 21

²⁰⁴ Güneş, a.g.e., ss. 14-15.

olmasıyla genel için uygun olmaktadır.²⁰⁵ Aynı şeyi ahlak yargısının ifadesi olan doğru ve yanlış için de düşünebilirsiniz. İletişim ortamına göre bir cinayetin doğru (ahlaki) bir mahiyet arz etmesi söz konusu olabildiği gibi tüm eylemler aynı yolla yeniden anlam kazanır. Güzellik yarışmalarının popüler kültür metaı haline dönüşürken bunu özne olabilme süreçlerinden biri olarak lanse edilmesinin doğru kabul edilebilmesi gibi.

Sadece genel kurumlarda değil bireysel alanda da değer değişimleri ve yeniden adlandırmaları görebilmekteyiz ki bunu medya bireylere 'nüfuz kazandırma' yoluyla yapmaktadır.

"Nüfuz, bir şahsın, bir eserin veya bir inancın ruhumuz üzerinde yaptığı bir çeşit hipnotizmadır. Bu hipnotizma bizim bütün eleştiri yeteneğimizi felce uğratar ve ruhumuzu hayret ve saygı hisleriyle doldurur. Sonradan kazanılan ve yapay olan nüfuz daha da yaygındır. Bir kimsenin mevki sahibi olması, serveti bulunması, unvanlar taşıması, kişisel değeri ne kadar hiçlik ifade ederse etsin, onu bir nüfuz halesiyle sarar."²⁰⁶

Magazin adı ile anılan programlar, yazılı yayınlar ve bunlara bağlı olarak gerçekleştirilen güzellik yarışmaları, ön plana koyulan insanlara bir mevki kazandırmak, kazandırılmış mevkinin ne kadar da insanları mutlu ettiğini topluma (kitleye) yaymak gibi bir misyona sahip olan medya, sesi ve kaseti ile prim yapmış birinin edindiği nüfuz ile güzellik yarışmasında jüri üyesi olmasına, seçilenlerin başka yarışmalarda bilirkişi olarak görevlendirilmesine ve daha sonra ona da kaset çıkartılması, dizilerde oynaması, haber spikeri olması gibi kendi içerisinde kısır döngüye girmesi gerçekten de nüfuzun toplum içinde etkisini ortaya koymaktadır. Elde edilen nüfuz medya marifetiyle toplum içerisinde ulaşılması arzulanacak bir hayal haline getirilerek empoze edilmektedir. Empoze durumu da yapılacak sadece tek bir yarışmaya 4000 kişinin katılımına yetmiştir.²⁰⁷

Kitle iletişim araçları, bireyler üzerindeki tüm bu etkilerinin yanı sıra, iletişimde taşınan bir mesaj haline gelebilmekle de insanların cazibe merkezidir. Oluşturulan -popüler ifadesiyle sanal alemde- yaşayan, her şeyi beyaz camdan takip eden insanların varlık merkezi de beyaz cam olmaktadır.

²⁰⁵ Barborosoğlu, a.g.e., s. 90.

²⁰⁶ Le Bon, a.g.e., s. 93.

²⁰⁷ http://www.gayesokmen.com.tr/sait_sokmen_roportaj.htm 10.04.2003.

"Bir şeyler söyleyip söyleyemeyeceği konusunda herhangi bir kaygı taşımaksızın televizyona çıkmayı kabul etmekle insan, oraya bir şey söylemek için değil, ama başka nedenlerle, özellikle kendini göstermek ve görünmüş olmak için çıktığını ortaya koymaktadır. "Olmak diyordu Berkeley, algılanmış olmaktır."²⁰⁸

Güzellik yarışmalarına katılan kadınların, kendi 'ben'lerini ifadeye çalışmalarını işte bu yüzden söyleme çabasındayız. Kimlik, "insanın kim olduğu, diğerleri tarafından nasıl görüldüğü, rolü ve ihtiyaçları ve diğeri konusundaki sorulara cevap verme tarzının davranışlara yansıma biçimi"²⁰⁹ olduğundan, bireyler bunu medya aracılığıyla gerçekleştirmekte ve başta kadınlar ve kadınlar hakkındaki kimlik konumlandırmaları medya tarafından oluşturulmaktadır. Böyle bir gücü de kitle iletişim araçları istedikleri şekilde kullanmaktadır. İstedikleri şekil nasıl bir şekildir? Bunu konumuzla ilgili bir yönünü ele alacağız.

3.5.3. Tüketime Yönlendirmek

Medya var oluşunu sermaye sahiplerinin ürettikleri metaları kitlelere ulaştırmasına borçludur. Daha önce de sözünü ettiğimiz üzere salt bilgi iletiminin kapital olarak geri dönüşü mümkün değildir. Üretilenlerin reklamının yapılması ise kuruluşları ayakta tutar. Bu yüzden de kitle iletişim araçları ne olursa olsun reklam alabilecek şekilde davranmak zorundadırlar. Daha fazla reklam alabilmenin yolu ise kitleleri kendine çekebilmeştir. Kendine özgü bir endüstri üreten mass medyalar (Gazete, radyo, televizyon, afiş gibi kitle iletişim araçları)²¹⁰ bu endüstrinin temelini de tüketime yönlendirmek olarak belirlemiştir. Bunu nasıl yapmaktadır? Özellikle kapitalist ekonomik sistemin pazara hakim olduğu toplumlar içerisinde medya, yarattığı imajlarla, özel bir takım üretimleri teşvik ederek bazı ürün gruplarının oluşmasına, markalar için de tüketim topluluklarının doğmasına yardımcı olarak gerçekleştirir.²¹¹ Modern insanın bu araçlarla güdülen insan haline gelmesi destekleyici bir rol oynamaktadır. Bireylerin zorlama ihtiyaçların hegemonyası altına alınması²¹² yapılan

²⁰⁸ Pierre Bourdieu, *Televizyon Üzerine*, (Çev: Turhan Ilgaz), YKY./Cogito Yay., İstanbul, 2000, s. 18.

²⁰⁹ İmançer, a.g.m., s. 234.

²¹⁰ Ümit Meriç Yazan, *Türkiye Kanatlarımızın Altında*, İz Yay., İstanbul, 1997, s. 135.

²¹¹ Lull, a.g.e., s. 106.

²¹² Ivan Illich, *Tüketim Toplumu*, (Çev: Mesut Kardeşhan), Pınar Yay., İstanbul, 1991, s. 57.

ilk iştir. Bir insanın normal hayat tarzı içerisinde yaşamının devamlılığı için ihtiyacı olan şeyler aşağı yukarı belli bir durumdadır. Ama üretim, sadece zaruri ihtiyaçlara yönelik gerçekleştirilmez. Zorunlu maddelerin yanında üretilenlerin tüketiminin de sağlanması gerekir ki işletme sürekliliğini sağlayabilsin. Ekmek ile Cola, deterjan ile Calgon, su ile mineral açısından zenginleştirilmiş su bu anlamda değerlendirilmelidir. Bu ürünleri tüketecek insanların kendilerini tüketmeye mecbur hissetmelerini sağlamak medyanın elindedir.

Önceki bölümlerde modernleşmeyle birlikte gelen değişimin insanları kendine bağladığından ve aksi şekilde hareket eden yahut düşünenleri dışladığından bahsetmiştik. Bu itibarla birey, toplumdan dışlanmamak için küreselleşmenin getirisi olan "benzerlik"²¹³ içerisinde kendine bir yer bulabilmek adına kalıplar içerisine girer. Reklam yapabilmek ve bu sayede daha fazla reklam alabilmek için tükettirmek durumunda olan medya, belli başlı rolleri kitlelere ulaşılması gereken hedef olarak takdim eder. Ancak hedefe ulaşabilmenin yolu da onun gibi olmaktır. Yani onun gibi yaşamak, onun giydiğini giymek, onun yediklerinden tatmak, içtiklerinden içmek, onun gibi davranmak, kullanmak, konuşmak, dinlediklerini dinlemek kısacası onun tükettiklerini tüketmektir. Magazin yoluyla insanlar üzerinde nüfuz oluşturmalarına neden oldukları aktörler vasıtasıyla bu gerçekleştirilir. Çünkü, medyanın oluşturduğu kendine özgü dilde, gerçeğin fanteziler gibi kurgulanması, mesaj hangi konuyu içeriyor olursa olsun, hangi amaca yönelirse yönelsin her zaman bireysel özdeşliklerin yolunu aralamaya çalışır.²¹⁴ Kitle kültürünün '...miş gibi yaşamak' şeklindeki özelliği, insanları ulaşamayacakları ama ulaşmış insanlarla özdeşlik kurmak suretiyle kendilerini dolaylı tatmin yoluna gitmeleri bu anlamdadır. Güzellik yarışmalarına katılabilmek belli özelliklere sahip olmayı gerektiriyor. Belirlenmiş ve eskiye göre değişerek küresel bir hal almış bu kriterler toplumdaki tüm kadınların sahip oldukları bir şey değildir ama arzu edilendir. Bu güzellerle özdeşlik kuran toplumun geri kalanındaki kadınlar, yarışmaları izleyerek katılmış olduklarını düşünür ve dolaylı yoldan tatmin olurlar. Her şey bu kadarla bitmez. Güzel gibi olabilmek, bahsi geçen özdeşliğin hayatın her alanına

²¹³ Can Kozanoğlu, *Pop Çağı Ateşi*, İletişim Yay., İstanbul, 1995, s. 134.

²¹⁴ Topçuoğlu, a.g.e., s. 170.

yayılması ve tüketilmesiyle mümkün olacaktır. *Güzellik yarışmaları bu anlamda insanlara 'ikon' sunar. Tüm bunların takip edilebilmesi ise 'moda' ile gerçekleştirilir.*

Modayı, çıkış noktası olarak kendisine kıyafeti almıştır ancak sadece bununla yetinmez. Birbirinden farklı alanlarda ortak bir duruş sergiler. Bu da o günün belirlenmiş yönleridir. Hangi alanda neyi nasıl yaparsak, bütünün içerisine dahil olabilir, eskiye olan aidiyetimizden kurtulup, demodelikten uzaklaşmış oluruz sorusunun cevabını verir. Güzellik yarışmalarının 'beden' üzerinden hareketi, bizi ilk etapta kıyafet ve bu kıyafetin kimlik ile olan bağlantısını ortaya koymamızı gerektirmektedir.

Pre-modern çağlarda toplumlar arasındaki kültürel farklılıklar, coğrafi farklılıklara da bağlı olarak bireylerin kadın ve erkek kıyafetlerini belirlemekteydi. Tek kriter amaca hizmet etmesi ve doğal şartlardan bireyi koruyabilmesiydi. Bununla beraber, her dönem için kıyafetin bir statü göstergesi olması varolagelmıştır. Toprak ağası ile köylünün, patron ile işçinin, zengin ile fakirin kıyafetlerinin farklılığı ile birlikte çeşitli dini inançlara bağlı olanların giyimlerindeki çeşitlilik ve bir kimliğe aidiyet bunu ifade eder. Zaten anlam dillerde de karşılığını bu yolla bulur. "Arapça'da elbise manasına gelen 'şiar', kişinin kendisini tanıtmak için kullandığı alamet anlamına gelmekte, İtalyanca'daki 'costüme' kelimesi de alışkanlık, görenek, töre, davranış, tutum, biçim, giysi, giyiniş şekli manasına gelmektedir."²¹⁵ Her iki anlamı da göz önüne aldığımızda giyim tarzının insanların kimlikleriyle özdeş bir durumda bulunduğunu söyleyebiliriz. Bu anlamda görünüşün erillik ve dişillik açısından bedenin modernleşmeyle birlikte kimlik oluşumunun önemli bir ögesi haline gelmiş olması,²¹⁶ giyim tarzları üzerinden bireyleri yeniden anlamlandırmanın önünü açmıştır. Toplumsal değişme aşamasında bireyler kendilerini ifade etme gayretine girmişler ve kendilerine tüketim kalıpları içerisinde düşünülebilecek alternatifler sunulmuştur.

Modanın belirleyicileri, çalışmalarında modern, küresel ve kültürel olduğunu iddia ettikleri bir estetik anlayış çerçevesinde hareket etmektedirler. Bu estetiğin özelliği

²¹⁵ Barborosoğlu, a.g.e., s. 9.

²¹⁶ Süheyla Kırca, "Moda ve Özgürleşen Bedenler",

<http://www.radikal.com.tr/diger/ekler/radikal2/2000/06/11/toplum/mod/shtml> 11.06.2000.

ise genel anlamda yeniden üretime imkan sağlayacak bir yapıdadır. Yenilikten öte geçmişin yeniden ve yeniden yorumlanmasından ibaret, "güzelin saf ve boş yani kendi etrafında dönen bir estetiğin biçimidir."²¹⁷ Medyanın öncülüğünde insanları, bedenleriyle birlikte çevreleyen moda, bu sayede oluşturulmuş simülasyon ile güzelliği ilgi odağı haline getirilmek şeklinde yorumlayarak hem modaya uyanların hem de görenler ve takip edenlerin hoşlanma duygularını harekete geçirir. Böylece kişilere göreceli bir saygınlık vermekte ve bireylerin kendilerini benzeme güdülerini içerisinde yeniden konumlamalarına olanak sağlamaktadır.²¹⁸

Saygınlığın derecelenmesi de modanın ne kadar takip edildiği ve hayata bunların aksettirildiğine bağlı gerçekleşmektedir. Kendine has bir sınıf yapısı meydana getiren bu olgu, aynı zamanda toplumun değişim sürecindeki yeni tabakalaşma kriterlerini doğurur. Bireyler aynı toplum içerisinde 'öteki' konumuna itilerek dışlanır ve belli oranda 'biz'e katılıma sürüklenir. Bu yüzden modaya uyanların toplumda üst sınıfta görülüp, takip etmeyenlerin aşağıda görülmesi ve yukarıya çıkış çabaları ile, bir model teşkil eden güzellik kraliçelerin üst olarak gösterilmesi bu aşamada benzerlik arz etmektedir.

Modanın takibini ve "yüksek kültüre ait bir durum olarak aynı zamanda Güzel"²¹⁹ bir olgu olarak gösterilmesi de tabii olarak medya kanalıyla gerçekleştirilir. Bu aşamada modanın sunduğunun zaruri olarak tüketilmesi prensibine bağlı olarak geleneksel kadını muhatap kabul etmemesi, medya kanalıyla sunulan kadın tipinde modayı takip eden kadının kullanılarak, geleneksel kadın için modern kadında özdeşleşen yeni güzel anlayışını bir kimlik olarak tüketim maddeleri yoluyla ideal alması sürecini pekiştirmektedir.²²⁰ Bunun gerekçesi ise modanın estetik içerisinde sanatsal bir faaliyet olarak tanımlanıp, kendisini sürekli olarak tüketip her defasında yeniden restore eden ve bunda da medya aracılığını güzel kullanan kapitalizmin, bir meta olarak algıladığı ve tükettiği sanatı da kendi restorasyonuna tabi tutup diğer mallar

²¹⁷ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 3.

²¹⁸ Barborosoğlu, *a.g.e.*, s. 47.

²¹⁹ *A.g.e.*, ss. 201-204.

²²⁰ *A.g.e.*, s. 205.

gibi pazarlama zorunluluğunu gösterebiliriz.²²¹ Popüler kültürün ve buna bağlı olarak modanın yarattıkları stillerin kadın ve erkek kodlarını ve güzel-çirkin kodlarını baş aşağı ederek bir şok etkisi yaratması, toplumdaki estetik değişimin hangi ortamda meydana geldiğini ifade etmektedir.²²²

Bu konuyla ilgili son olarak, insan güzelliğinin modernleşmeyle birlikte sadece beden, yüz, göz, bedenin değişken orantısında görülmesi estetik alandaki değişimi ortaya koymakla birlikte, böyle bir durumda bedenin giyim tarzının nasıllığı problem teşkil etmektedir. Dolayısıyla, değişen güzel tanımıyla ilişkili olarak insan için elbise, "vücudu örtmek için değil, tersine teşhir etmekte kullanılan bir araç"²²³ haline gelmektedir. Günümüz güzellik yarışmalarını, güzel anlayışının değişiminde bir gösterge olması, düzenlenen organizasyonların, kadın bedeninin güzellik sınırlarının yeniden çiziminde gerçekleşen bir aşama olması ve özellikle kapitalist serbest pazarın, ürettiklerinin tüketimi için yeniden ve yeniden tanımlamaları başat olarak yapması, bu esnada da başta medyayı kullanarak toplumu kitle haline getirip, popüler kültürü hakim kültürün içerisine yerleştirebilme kabiliyeti çerçevesinde çeşitli ikonlar yaratma gerekliliği, seçilen güzelleri ikon haline getirmesi ve üretilen her şeyin moda vasıtasıyla tüketiminin sağlanması ve tüm bunlarda çıkış noktası olarak 'güzel' anlayışını seçmesinden kaynaklandığını söylemekteyiz.

3.6. GÜZELLİK YARIŞMALARININ YAZILI BASINDAKİ YANKILARINDAN ÖRNEKLER

Çalışma içerisinde önceki bölümde Türkiye'deki ilk yarışma hakkında Cumhuriyet gazetesi ve buna muhalif olarak Karagöz gazetesinin yarışmaları ele alış tarzları üzerinde yaptıkları yayından örnek sunulmuştu. Burada da, başta ve özellikle 2002 yılında gerçekleştirilen ve bir Türk kızının Dünya Güzellik Kraliçesi seçilmesi nedeniyle konumuz için birincil öneme sahip yarışmanın, Türk yazılı basınında nasıl değerlendirildiğini manşetleriyle birlikte aktarılma çabası içerisinde bulunulacaktır.

²²¹ Oktay Taftalı, *Ahlak Estetik Şiir*, Gendaş Yay., İstanbul, 1998, s. 86.

²²² Süheyla Kırca, "Moda ve Özgürleşen Bedenler",.....

²²³ Meriç Yazan, a.g.e., s. 26.

Posta Gazetesi'nin²²⁴ konuya ilk yaklaşımı haber niteliğini taşımakta ve ilk olarak Azra Akın'ın seçildiği bilgisini, '*Azra AKIN, Londra'da 'Dünya Güzeli' seçildi*' şeklinde vermiş ve ardından, *MADE IN TURKEY* şeklinde manşetini atmıştır. Daha sonra da ilk dünya güzelimize atıfta bulunarak ve "Azra AKIN, Londra'da 92 ülkenin güzeli arasından birinci seçildi. Bundan 70 yıl önce 1932'de Belçika'da Keriman Halis dünya güzeli olmuştu." şeklinde haberi aktarmaktadır. Yarışmaların yorumlanmasında sadece estetik gayelerin gözetilmediğinin bir göstergesi de bu tarihli Posta gazetesinde bir kez daha karşımıza çıkmaktadır. Gazete, "Azra, Avrupa Birliği'nin tam üyelik için vereceği 12 Aralık'taki Kopenhag zirvesi öncesi dünyaya modern Türk kadını tanıttı." sözleriyle olayın siyasi bir mahiyet arzettiğini de ortaya koymuş oldu. Aynı gazetenin 4. sayfasında başlık olarak "AZRA EN GÜZEL" takdir edilmiş ve altında da "Nijerya'da şeriatçıların kanlı olaylar çıkarmasına neden olan güzellik yarışmasında tacı, modern laik Türkiye'nin güzeli Azra Akın giydi. Bu seçim şeriatçı yobazlara tokat niteliğinde bir sonuçtu. İslam dünyasının laik ülkesi Türkiye'nin güzeli pırıltılı gülüşü ve zarif reveransıyla jürinin büyük beğenisini kazandı. Akın, ayrıca 100 bin İngiliz sterlini (240 milyar) ödülü almaya da hak kazandı." şeklinde haber yorum bulunmaktadır.

Sabah Gazetesi'nin²²⁵ konuyla ilgili olarak baş sayfada attığı manşet "*PAZENLİ KRALİÇE*" olmuştur. Devamla yarışmanın Türkiye Tanıtımı ile ilgisiyle birlikte dünya basınından da olayın nasıl karşılandığını, "Dünya Güzeli Azra, 50 Milyon liralık Tahtakale malı pazen elbisesiyle benzeri görülmemiş bir Türkiye tanıtımı yaptı. Türk Perisi Dünyanın Dilinde"

SKY TV: "Türk Lokumu Azra, dünya güzeli."

OBSERVER: "Türkiye Azra sayesinde Avrupalı"

NEW YORK TIMES: "Hollanda'ya göç eden bir ailenin kızı." sözleriyle duyurdu.

Sabah gazetesinin orta sayfası da yarışma haberlerine ayrıldı ve burada da öne çıkan, Azra Akın'ın giydiği elbise ve uygunluğu ile Türk kadını tüm dünyaya tanıtımının yapıldığı şu şekilde ifade edildi. "50 Milyonluk Kıyafetle 245 Milyar

²²⁴ Posta Gazetesi, 08.12.2002.

²²⁵ Sabah Gazetesi, 09.12.2002

Kazandı. Metresi 1.5 milyon lira olan pazenden bir elbise, tatlı bir gülüş, mükemmel İngilizce, etkileyici bir güzellik... Türkiye ve Türk kadınının adını dünyaya tanıtan Azra Akın, İpekçi'nin (Cemil) diktiği elbiseyle hem 157 Bin doların hem de en iyi kıyafet ödülünün sahibi oldu. Diplomasiden Anlıyor. Türk Lokumu Dünya Güzeli" sözlerini kullanan BBC Televizyonu, "Tatillerini yardım kuruluşlarında geçiren bu kızın birinci seçilmesi birincilik için diplomatlığın güzellikten daha önemli olduğunu kanıtladı" dedi. 50 Milyona Mal Oldu. Elbiseye imza atan modacı Cemil İpekçi, "Umarım bu kıyafet batı taklitçiliğimizden vazgeçmeye örnek olur" diye konuştu."

Vatan Gazetesi'nin²²⁶ yarışma sonucunu duyurması "*Londra'da Müthiş Somuç, AZRA DÜNYA GÜZELİ*" manşetiyle gerçekleşmiştir. Manşetin altında ise "Azra Akın, kraliçelik tacını 70 yıl sonra ikinci kez Türkiye'ye getirdi. Hollanda da doğup büyüyen Azra, zayıf Türkçe'siyle "*I am çok mutluyum. İnanamıyorum*" dedi." şeklinde haber veren vatan gazetesi, aynı günkü gazetenin 6. sayfasını da bu habere ayırmış ve yine yarışmanın sonucunu Türkiye'nin dış politikasında ayrı bir önemi haiz olduğunu şu ifadelerle dile getirmiştir. "Güzellik tahtına 70 Yıl Sonra Kurulduk. Azra Akın, 1932 Dünya Güzeli Keriman Halis'ten sonra ülkemize ikinci kez bu mutluluğu tattırdı. AB yolunda büyük adımlar atan Türkiye, Kopenhag arifesinde büyük bir başarıyla dünyanın gündemine oturmuş oldu." Bununla beraber gazetenin 1932 tarihli İktisat ve Tasarruf Dergisinde yayımlanmış bir makaleden yaptığı alıntı dikkat çekicidir. "*Bizi Şalvarlı sananlar görsün*" başlığıyla verilen alıntı aynen şu şekilde geçilmiştir;

"Keriman Halis'in muvaffakiyeti inkılap Türkiyesini tanımayan, hala bizi sarayı, sultanı, haremi, peçesi, külahı, fesi, şalvarı ve cübbesiyle geri ve garip bir şark milleti sanan Avrupalıların gözünü açmak için milyonlarca lira pahasına yapılacak propagandalardan dana tesirli ve canlı oldu. En iyi üzüm, Türk üzümüdür. En iyi incir, Türk inciridir. En iyi fındık, Türk fındığıdır. Yerli mallarımıza rağbet göstermeseydik, milli sanayimiz inkişaf edebilir miydi? Fakat henüz gayeye varmadık. Fakat varacağız: Türk malı, Cihan malı olacak. (1932 İktisat ve Tasarruf Dergisi)"²²⁷

Görüleceği üzere aslında çalışmanın temel hipotezini oluşturan ifadeler bu alıntı ile ispatlanmış bulunmaktadır. Yani güzellik yarışmaları sadece güzel seçilen bir yarışmadan öte, değişimin hem bir göstergesi hem de bir ifadesi şeklinde algılanmaktadır.

²²⁶ Vatan Gazetesi, 08.12.2002

²²⁷ Vatan Gazetesi, 08.12.2002

Hürriyet Gazetesi²²⁸ yaşanan olayı “Azra Dünya Güzeli, Türk Kızlarının 3. Zaferi” manşetiyle duyurmuş ve hem kronolojik hem de tanıtıcı şu haberi geçmişti: “Azra Akın, 1932’de Keriman Halis ve 1989 yılında Meltem Hakarar’ın ardından Dünya güzeli seçilen üçüncü Türk kızı. 2002 Dünya güzeli Azra Akın, Hollanda’da doğup büyüdü. Bu nedenle 1998 yılında düzenlenen Elite Model Look yarışmasında birinci seçildiğinde Türkçe’yi çok zor konuşan Akın, bu yıl da Türkiye güzeli seçilmişti.”

Hürriyet Gazetesi ertesi gün²²⁹ konuya daha geniş bir yer ayırmış ve bu sefer manşet olarak “*BATI’DA AZRA YORUMU, Müslüman, modern, hoşgörülü ve laik*” cümlelerini kullanmıştır. Dikkatli bir şekilde manşet yeniden okunduğunda karşımıza önemli bir ayrıntı çıkmaktadır. O da hiçbir estetik değerlendirmenin bu manşette görülememesi, bunun yerine siyasi bir konumlanışı gösteren ifadelere yer verilmesi ve bunun öne çıkartılmasıdır. Devamında verilen haberde, “İtalyan Devlet Televizyonu RAI, İslam’ın modern, hoşgörülü ve laik yüzünü temsil eden Türk güzelinin AB ye girmek isteyen bir ülkenin imajını yansıttığını belirtti ve “İslam’ın hoşgörüsünün ardında yatan bu güzel kıza giydirilen taç Avrupa’ya bir mesaj niteliğini taşıyor” yorumunu yaptı.” diyerek bunun yankılarını ulaştırmaya çabalamaktadır.

Aynı tarihli gazetenin 5. sayfasındaki başlıklar “Azra’nın tacı Avrupa’ya mesaj, Türkiye’nin gururu oldu, Başbakan Gül telefonla arayıp Azra’yı kutladı, İngiliz basınına göre kraliçelik hakkıydı” şeklinde belirlenmiş ve devamla Azra Akın’ın kısaca özelliklerinden “Flüt çalan, dört dil bilen, özel zevkleri arasında bale ve göbek dansı olan 20 yaşındaki Türk güzeli, kendisine yöneltilen “Hayatınızın en önemli ve anlamlı olayı nedir?” sorusuna verdiği cevapla jüri üyeleri ve salonu dolduran izleyicilerden tam puan aldı.” şeklinde bahsedilmiştir.

Milliyet Gazetesi’nin²³⁰ manşeti “*Dünyanın en güzeli Azra*” şeklindedir. Devamında verilen haberde ise “Nijerya’da çıkan olaylar nedeniyle Londra’ya alınan

²²⁸ Hürriyet Gazetesi, 08.12.2002

²²⁹ Hürriyet Gazetesi, 09.12.2002

²³⁰ Milliyet Gazetesi, 08.12.2002

Dünya Güzellik yarışması'nda 92 güzelin arasından sıyrılarak kraliçelik tacını giyen Türkiye güzeli Azra Akın, göğsümüzü kabarttı. Azra Akın birinci seçildikten sonra yaptığı açıklamada, "Dünya kadını en iyi şekilde temsil edeceğini ümit ettiğini" söyledi" denilerek temsil konusu ön plana çıkartılmaktadır. Aynı şekilde Milliyet gazetesi de Türkiye'nin tanıtımı hususunda ise dönemin turizm bakanının şu sözlerini duyurmuştur: "Turizm Bakanı Güldal Akşit de yaptığı açıklamada Akın'ın dünya güzeli seçilmesinden gurur duyduğunu belirterek; "bu birincilik ülkemizin adını tüm dünyaya bir kez daha duyurmuş olup, ülkemizin tanıtımına da büyük bir katkıda bulunmuştur. Akın'ı kutlar, gözlerinden öperim" dedi."

Zaman Gazetesi²³¹ yarışmanın farklı bir boyutunu ele alarak öne çıkarmış ve Azra Akın'ın güzel seçildiği yarışmanın ilk olarak Nijerya'da yapılmasının planlandığı fakat çıkan bazı olaylar yüzünden Londra'ya alınmasını şu şekilde bildirmiştir: "Olaylı yarışmada taç Türk kızı Azra'ya verildi. Nijerya'da 200 den fazla insanın hayatına mal olan Dünya Güzellik Yarışması'nın Londra'daki finalinde Türk kızı Azra Akın birinci seçildi. Organizatörler, yarışmanın 137 ülkede yaklaşık 2 milyar kişi tarafından izlendiğini söylediler".

Gazetelerde sadece Azra Akın'ın güzel seçildiği yarışmanın haber-yorumlarına yer verilmemiş, aynı zamanda başka tarihlerde de düzenlenen çeşitli güzellik yarışmalarından haberler verilmiştir. Aşağıda bu çeşit haberlere yer verilmektedir.

Star Gazetesinin ücretsiz eki olarak çıkarılan "Star Box Magazin"de²³² yarışmaya katılan birisi ile röportaj yapılmış ve özetle: "Çağla Kubat, "Miss Universe 2002"yi anlattı..., HALK SEÇTİ, JÜRİ SEÇMEDİ, Porto Riko'da düzenlenen "Miss Universe 2002" güzellik yarışmasında ülkemizi temsil eden Çağla Kubat, yarışma öncesinde hep favoriler arasında yer aldığını, ancak jürinin dereceleri belirlerken başka normlara öncelik tanıdığını vurguladı..."

²³¹ Zaman Gazetesi, 08.12.2002

²³² Star Gazetesi, Star Box Magazin Eki, 14.06.2002

“Yarışmada ticari politikanın kazanacağı önceden belliydi. Nitekim, jüri üyeleri de yarışmayı organize eden grubun ticari ve politik ilişkileri doğrutusunda verdikleri kararla sonuçları belirlediler. Ama ben hiç üzgün değilim. Ülkemi gerektiği gibi temsil ettiğime inanıyorum .ayrıca çok güzel dostluklar kurduğum için de mutluyum...” şeklinde aktarılmıştır. Bu ifadede ticari politikanın kazanacağıın önceden belli olmasına yapılan vurgu, aynı otoriteye tabi olan yarışmacıların farklı değerlendirmelerine ve sitemlerine neden olmaktadır. Bu sitemler aynı zamanda bir telafi mekanizması olarak da değerlendirilebilir, çünkü ülkenin en iyi temsil edildiğine yapılan atıflar da buna yöneliktir. Bu yaklaşımlardan çıkması beklenen sonuç ise, aynı otoriteye boyun eğerlerin yanyana ve beraber bulunmalarının birbirlerine saygı duydukları/duymaları anlamına gelmeyeceğidir. Aksine hořđörü sınırlarının sorgulanmasını çağırılmaktadır. Zira hořđörü bir eğitsizlik ilkesini gerektirir²³³ aynen yukarıdaki ifadelerde olduğu gibi.

Yine aynı gazetenin bu sefer 25 Eylül 2002 Çarşamba tarihli “Star Box Magazin”²³⁴ ekinde güzellik yarışması değil ama modellik yarışması olarak lanse edilen Best Model of Turkey yarışmasının haberi şöyle verilmiştir. “İŞTE KRALİÇE, Best Model Of Turkey 2002” Yarışmasında taç giyen Irmak Atuk kraliçeliğin keyfini havuzda çıkardı. Halk ve Jüri aynı güzeli seçti. Bu yılki “Best Model of Turkey” yarışması, ilk kez halkın oyuna sunuldu... Finalistler TELSİM hattından tanıtıldı ve vatandaşlar beğerendikleri adaylara oylarını verdiler...”

26 Mart 2002 Salı “Star Özel” gazetesinde de güzellik yarışmasına katılarak derece almış olan Nihan Akkuş ile bir röportaja yer verilmiş ve haber şöylece aktarılmıştır:

“ŞİMDİ KENDİME DAHA ÇOK GÜVENİYORUM”

²³³ Recep Yıldız, "Sosyal Bütünlüşme Ve / İçin Nereye Kadar Hořđörü", DPÜSBD, S.5, Kütahya, 2001, ss.541-543.

²³⁴ Star Gazetesi, Star Box Magazin Eki, 25.09.2002

İlklerin kanalı Star Televizyonu'nun düzenlediği "Miss Turkey 2002" yarışmasında 4. olan Nihan Akkuş, tacı kazandıktan sonra kendine güveninin daha fazla arttığını söyledi.

"Tacı taktıktan sonra hayatımda pek bir şey değişmedi. Sadece gelen tekliflerin kalitesi ve sayısı çoğalabilir. Bunun yanı sıra kendime güvenim de biraz daha arttı gibime geliyor. Miss Turkey daha şimdiden hayatımı çok olumlu bir şekilde etkilemeye ve geliştirmeye başladı. İyi niyetli ve doğru değişimleri her zaman onaylıyorum. İnşallah bundan sonra her şey çok daha güzel olacak."

"Yurtdışındaki yarışmaya gitmek en büyük hedefti bende. Bütün aklımı bu fikre kilitlemiştim ben. Ancak detaylara incek olursak tabii ki bunun dışında da beklentilerim vardı. İlerideki meslek hayatım açısından bana çok güzel kapılar açacağına inanıyordum."²³⁵

Sabah Gazetesi Arka sayfasında²³⁶ *ŞAMPUAN GÜZELİ* başlığını atarak duyurduğu bir haberde "Almanların Dünya podyumlarına kazandırdığı en güzel isimlerdin biri de hiç kuşkusuz Heidi Klum'dur. Başarılı manken son olarak görev aldığı spor marketler zincirinin ürettiği banyo malzemelerinin reklamlarında da göz kamaştırdı. 100 Bin sterlin aldığı çekimlerde rahat tavırlarıyla dikkat çeken Klum, "bu yaptığım en zevkli reklam çekimiydi" dedi. Banyo köpükleri içinde çekilen pek çok fotoğrafın özellikle erkek müşterilerin dikkatini çekeceğini vurgulayan şirket yetkilileri, "Klum, 30 yaşında olmasına rağmen muhteşem bir fiziğe sahip. Satışlarımızın artacağından eminiz diye konuştu." şeklinde bahsetmiştir.

Milliyet Gazetesi²³⁷ "*SAÇLARIYLA 3000 DOLARLIK BURS ALDI*" başlığıyla verdiği haberde ise güzelliği biraz daha lokalize ederek düzenlenmiş "*En güzel saçlı kadın*" yarışmasının haberini vererek devamında, "Pantene Güzellik yolculuğu '04 Yarışması, Lütfü Kırdar Kongre ve Sergi Sarayında yapıldı. Azra Akın, tan Sağtürk, Toprak Sergen, Ebru Cündübeyoğlu, Gülay Kuriş, Vural Gökçaylı gibi isimlerin jüri üyeliği yaptığı yarışmada Betül Baykan, beş finalist arasından 2004 Pantene kadını seçildi." şeklinde okuyucularına duyurmuştur. Yapılan yarışmanın sonucunda kazanılan ödülleri "Reklamlarda Oynayacak" başlığıyla veren gazete, arkasından "Pantene'nin reklamlarında oynama hakkı ile 3000 dolarlık eğitim bursu kazanan Baykan, tacını 2002 dünya güzeli Azra Akın'ın elinden aldı. İstanbul

²³⁵ Star Gazetesi, Star Özel Eki, 26.03.2002

²³⁶ Sabah Gazetesi, 13.08.2003

²³⁷ Milliyet Gazetesi, 20.01.2004

üniversitesi Hukuk Fakültesi öğrencisi Baykan, “mankenlik ve fotomodellik yapmak istemiyorum. İyi bin avukat olmak istiyorum” dedi.” şeklinde belirtmektedir.

Milliyet Gazetesinin verdiği şu haber ise güzellik yarışmasının sadece bir yarışma olarak algılanamayacağı, aynı zamanda hem yaşam içerisinde daha iyiye ulaşabilmenin bir yolu olarak görüldüğü ve hem de daha önce katılanların örnek alındığına bir delil olarak gösterilebilir.

“*LOLİTA YARIŞMASINA 5 BİN KİŞİ BAŞVURDU*” başlığıyla duyurulan haber, şu satırlarla okuyuculara ulaştırılmıştır:

“Beş yıldır ülkemizde düzenlenen “Elite Model Look” yarışmasına bu yıl tam 5 bin genç kız başvurdu. Duygu Dikmenoğlu, Ahu Yağtu, Azra Akın, Tuğçe Kazas gibi birçok modeli podyumlara kazandıran yarışmaya yaşları 16 ile 21 arasında değişen genç kızlar katıldı. Procter Gambel ve Shoe & Me ayakkabı mağazalarının sponsorluğunda düzenlenen yarışmanın ilk elemesine 160 genç kız katıldı.

Geçtiğimiz yıl düzenlenen Elite Model Look Yarışması ATV ekranlarından canlı olarak yayınlanmıştı. Bu yarışmayı yayınladığı için ATV'nin yayını RTÜK tarafından bir gün süreyle durdurulmuştu. RTÜK, ATV'nin yayını durdurmasının nedeni olarak finalistlerin yaşının çok küçük olmasını göstermişti.”²³⁸

²³⁸ Milliyet Gazetesi, 10.07.2001

SONUÇ

Toplumbilimciler, yaşadığımız çağda açıklığa kavuşturabilmek maksadıyla, çalışabilmek için konu bulmakta zorluk çekmemektedirler ve bundan sonra da herhangi bir sıkıntıyla karşılaşmayacaklar gibi görünmektedir. Çünkü, zamanımızın şartları, değişim hızı her daim yeni yeni problemleri de beraberinde getirmektedir. Bu problemlerin önemli bir özelliği de sadece araştırmacının kendi toplumuyla ilgili olmaması, tüm insanlığı etkileyici bir mahiyet arz ediyor olmasıdır. Karşılaşılan durumun eskiye oranla daha kompleks yapıda olması, kimi zaman çalışmanın hızını düşürse de elde edilen sonucun genelleştirilebilirliği daha sağlıklı yapılabilmektedir. Dikkat edilmesi gereken husus, her şeyin her şeyle ilgisinin olabileceği ve bunların küresel izdüşümlerinin varlığıdır.

Yüzeysel bir şekilde düşünüldüğünde, eski-yeni karşılaştırması sonucu arada çok büyük bir farklılığın bulunduğu görülecektir. Artık hiçbir şey eskisi gibi değildir ve işi daha ilginç kılan şey ise yeni olguların eski kavramlarla açıklanamayacak bir görünüme kavuştuğudur. Bu yüzden, 'şey'leri ortak olarak algılayabilmemizin yolunda önemli bir engel bulunmaktadır. Toplumdaki kuşaklararası çatışmaların kökeninde de aynı problem yatmaktadır. Bireyler aynı kavramlarla iletişim kurmamakta, kullandıkları kavramlar aynen telaffuz edilse bile yüklenilen mana farklı şeylere işaret etmektedir. Hal, sadece kuşaklararasıda gerçekleşmemekte, toplumda farklı roller üstlenmiş, her türlü statüdeki bireyler arasında da yaşanmaktadır. Tabii olarak toplumsal yapıyı oluşturan kurumlar ve kurumların işleyiş şekilleri şeklinde de tarif edilebilecek olan kültür bahsedilen sürece tabidir. Aile, eğitim, inanç, siyaset, ekonomi ve boş zamanlar insanlar arasında değişik karşılıklar bulmaktadır.

Toplumsal kurumların değişime uğradığı bir zaman akışı içinde, bireyleri bir arada tutan, ortak yargıların değişmeden olduğu gibi kalıyor olması düşünülemez. Zaten bu değer yargıları, toplumdaki işlevleri nedeniyle kültürel bir öğedirler ve gerek kendi içerisinde olsun gerekse toplumlar arasında olsun etkileşime tabidirler.

İnsan var oluşunun gereği olarak güzel olana karşı arzu duymakta, seyretmek istemekte veya sahip olmayı amaçlamaktadır. Kaynağına yönelik söylemlerde haz alınıyor olması veya evrensel kriterlere bağlı açıklamalar yapılma çabalarına karşı, bazen de matematiksel oranlara göre temellendirilmeye çalışılmış, toplumsal şartlara göre bu yargı değişik manalar kazanmıştır. Bu yüzdendir ki geçmişten beri süregelen sanat çalışmaları sonucu ortaya çıkan ürünlerde –özellikle kadın tasvirlerinde- farklı özellikler dikkati çekmektedir.

İnsanlar güzeli arzularlar fakat aynı zamanda doğruya yönelir, diğer bireylerin de doğru eylemlerde bulunmasını isterler. Bu istek sadece meyillerinden kaynaklanmaz, toplumsal sistemin sağlıklı (alışlagelen) işleyebilmesi için de gerekmektedir. Dolayısıyla doğru yargısını çevreleyen ahlak'ın, toplumsal yapı içerisinde dikkat çekici bir ayrıcalığı ve dokunulmazlığı bulunmaktadır. Elbette ki dokunulmazlık, göreceli bir dokunulmazlıktır ve kültürel yapıya bağlı bir oluşum sergilemektedir. Ayrıcalıklı görülmesi onun değişmeyeceği anlamına gelmez. Bununla beraber, bu iki yargı birbirleri yerine kullanılmakta, aynı kavramlarmış gibi düşünülmektedir. Aslında tamamıyla estetiği ilgilendiren bir doğa manzarası karşısında, bir sanat eserinin seyrinin ardından, 'İyi'; ahlaki bir değerlendirmeye tabi bulunan ve onaylanan bir eylemin arkasından da 'Güzel' kavramlarının kullanılıyor olması anlatılmak istenenin açıklığa kavuşturulmaktadır. Böyle bir birliktelik estetik anlamda güzel sayılanın ahlaki açıdan da doğru kabul edilebilmesi durumuna götürmektedir.

İhtiyaç duyulan her türlü metanın eskiye oranla daha hızlı, daha kolay ve bol miktarda üretilebilmesine olanak sağlayan sanayileşme, üretim süreci içerisinde yer almak isteyen ve bu sayede daha iyi yaşam şartlarına kavuşmayı arzulayan insanları, kendisine çekmekle kalmamış, yepyeni bir yaşam tarzının da oluşmasına da neden olmuştur. "Sanayi toplumu." Yeni olanla özdeş bir mana taşıyan ve gerçekleşen değişimlerin genel adı olan modernleşme, adı geçen süreçte kendisine özgü özellikleri olan bir mahiyettedir. Toplum içerisindeki ferdi, birey haline getirirken dürtülerini baskı altına almaya zorlayan, bir yandan da pragmatist yaklaşımın etkisine sokarak, isteklerini gerçekleştirebilmek için akılcılığı öne sürerken bu akılı 'araçsal akıl' boyutuyla sınırlayan, sürekli yenilenen bir süreç.

Coğrafi sınırlılıkların ortadan kalkarak iletişimin sınırsızca ve özgür bir şekilde yapılabilmesi de bu sürecin önde gelen özelliklerindedir. Teknolojik gelişme buna olanak sağlamıştır ve insanlar istedikleri bilgilere kolaylıkla sahip olabilmekte, dünyanın öbür ucundaki kültürel öğeleri tanıyabilmekte ve tüm bunları iletişimin 'Araç'ı konumunda bulunan kitle iletişim araçlarının sağladığı masrafsızlık ve konfor sayesinde yapabilmektedir. Ancak bu durumda mühim bir olguyla karşı karşıyadırlar. Haber alma-iletme, öğrenme-öğretme ve etkileşim gibi olaylar tek kaynaktan yürütülmektedir: Medya.

Medya varlığıyla toplumsal yaşamın hem kamusal hem de özel tüm alanlarında etkin bir role sahiptir. Bireylere sağladığı faydalar sebebiyle ve ayrıca hayatın varoluşçu açısından kaçınmanın kolay ve aynı zamanda tesirli yolu medya dan geçmektedir. Böylelikle vereceği tüm mesajları eleştiri süzgecinden geçirmeden kabul eden ve uygulamaya koyan bireyler topluluğu meydana gelir. Medyanın artık karşısında bir kitle bulunmaktadır.

Medya çalışmalarını bağımsız bir şekilde evrensel ahlak ve basın ilkelerine göre yürütmektedir ama bir yandan da salt bilgi aktarımının kapitale dönüşmemesi nedeniyle hayatiyetini sürdürebilmek için reklam yayınlamak durumunda kalmaktadır. Reklam da üreten sermayenin ürettiklerini çeşitli cazip yollarla tüketici 'Kitleye' tükettirebilmenin bir yolu olduğundan, bir anlamda kitle iletişim araçları bu aşamada arada bulunan ve biraz da sermayeye yakın duran işlevi üzerine almaktadır.

Böyle bir anlayışla varlığını devam ettiren medyada her zaman yer bulan güzellik yarışmalarının çağımızdaki aldığı şekil önemli farklılıklar barındırmaktadır. Aslında halen milli bir dava olarak değerlendirilen bu yarışmalar (müzik alanında Eurovision da olduğu gibi), Cumhuriyetin ilanıyla birlikte yüzünü muasır medeniyete çevirmiş olan genç Türkiye'nin, modern sürece eklenilebilme göstergesi ve bir anlamda da ispatı olarak karşılığını bulmaktaydı. Planlı olarak yürütülen kültür politikalarının gereği olarak Türkiye'de de güzellik yarışmaları düzenlenmiş, seçilenler yurt dışındaki organizasyonlara gönderilmiştir. İlk olarak Keriman Halis'in dünya güzellik kraliçesi olması Türk toplumunun diğer toplumlara entegre olabilmesinde bir

dönüm noktası sayılmaktadır. Türk kadını dünya arenasına çıkmış, güzelliğini tüm dünyaya kanıtlamıştır. Bununla birlikte seçilen güzellerin sinema filmlerinde boy göstermeleri, reklam afişlerinde çıkmaları, ses sanatçılığına soyunmaları gibi hususlar da gerçekleşmeye başlamıştır. Tüm bunlar yaşanırken başkaca bir anlayış değişikliği de yaşanmaktadır. Toplum yapısı içerisinde belirli anlamlarla var olan kadın, modernliğin getirdiği bireysellikle kendi benliğini yeniden kurarken karşısında hazır bulduğu çeşitli örneklerle de sahip olmaktadır. Güzellik yarışmaları çağcıl modern kadının kimliğini taşıma iddiasını ileri sürer. Medya yapıları toplumun geri kalan kesimindeki kadınlara bu imajı ulaştırır ve erkeklerde de kadın güzelliğini yeniden tanımlar.

Tüketim olgusunun işlerlik kazandığı nokta burasıdır. İnsanların dışlanmış olmaktan duydukları endişelere de bağlı olarak, oluşturulan ikonlara yönlendirilmeleri, onların yaptıklarını yapmaya çalışma, tükettiklerini tüketme, hareketlerini tekrarlamaları sonucunu doğurmuştur. Böylece üretim araçlarına sahip olanlar, bahsi geçen özellikleri nedeniyle kendi metalarının kullanımının yaygınlaştırılması amacıyla reklamlarda, seçilen güzelleri değerlendirmeye almaktadır.

Yarışmalarda gözetilen kriterler modernlikle birlikte değişime uğramış, kişisel beğeni temelinden uzaklaşarak, belirlenilmiş standartlara dönüştürülmüş ve toplumun yaygın beğenileri haline getirilmiştir. Bu durum toplumsal değişimin estetik boyutuyla ilgili kısmının yarışmalardan elde ettiğimiz sonucudur. Ahlak yargısı ile alakası bakımından da estetik yargılardaki değişime de tesir etmekte, ahlaki değerlendirmenin de küresel boyutlarda yeniden anlamlandırılmasına yol açmıştır. Yarışmalara katılım yaşının sürekli düşmesi ve kamuoyunun buna fazlaca tepki göstermiyor olması söylenileni destekler mahiyettedir.

Toplumsal değişimin göstergesi olması açısından güzellik yarışmaları, daha bir çok yönüyle araştırılması gereken bir olgudur. Bu çalışmada kısıtlı yanlarıyla ele alınmaya gayret edilmiş, ancak bundan sonraki çalışmalar için bir temel teşkil etme umudu ile çalışılmıştır. Yaşadığımız çağın anlam dünyasına bir katkı yapılabildiyse, çalışma, amacına ulaşmış sayılacaktır.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

AKARSU Bedia, **Ahlak Öğretileri**, Remzi Kitapevi, İstanbul, 1982

AKTAŞ Cihan, **Kadının Serüveni**, Girişim Yay., İstanbul, 1986

ALKAN Ahmet Turan, **Ateş Tecrübeleri**, Ötüken Yay., İstanbul, 1999

ALTHUSSER Louis, **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, (Çev: Yusuf Alp, Mahmut Özışık), İletişim Yay., İstanbul, 1991

ASLANOĞLU Rana A., **Kent, Kimlik ve Küreselleşme**, Asa Yay., Bursa, 1998

ASLANTÜRK Zeki; AMMAN Tayfun, **Sosyoloji**, Marmara Üniv. İlahiyat Fak. Vakfı Yay. İstanbul., 1998.

AVCI Nabi, **Kitle Kültürü ve Enformatik Cehalet**, Rehber Yay., Ankara, 1990

AVCI Nazmi, **Türkiye’de Modernleşme Açısından Din, Kültür, Siyaset**, Pınar Yay., İstanbul, 2000

AYKUT Mahzar, **Güzellik Üzerine**, Milli Kültür, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yay., Sayı 60, Ankara, 1988

BALCI Yunus, **Türk Romanında Aydın Problemi**, Kültür Bakanlığı Yay., Ankara, 2002

BARBOROSOĞLU Fatma K., **Modernleşme Sürecinde Moda ve Zihniyet**, İz Yay., İstanbul, 1995

BAUDRİLLARD Jean, **Çaresiz Stratejiler**, (Çev: Oğuz Adanır), Boğaziçi Üniv. Yay., İstanbul, 2002

_____, **Tüketim Toplumu**, (Çev: Hazal Deliçaylı, Ferda Keskin), Ayrıntı Yay., İstanbul, 1997

BOURDİEU Pierre, **Televizyon Üzerine**, (Çev: Turhan Ilgaz), YKY./Cogito Yay., İstanbul, 2000

BOZKURT Nejat, **Sanat ve Estetik Kuramları**, Asa Yay., Bursa, 2000

- DEBORT Guy, **Gösteri Toplumu**, (Çev: Ayşe Ekmekçi, Okşan Taşkent), Ayrıntı Yay., İstanbul, 1996
- DOĞAN İsmail, **Tanzimat Sonrası Sosyo-Kültürel Değişmeler ve Türk Ailesi**, TC. Başbakanlık Aile Araştırmaları Kurumu Yay., C.1, Ankara, 1992
- DOĞUŞTAN GÜNÜMÜZE BÜYÜK İSLAM TARİHİ**, Esra A.Ş., Konya, 1994
- ERKAL Mustafa, **Sosyal Meselelerimiz ve Sosyal Değişme**, Mayaş Yay., Ankara, 1984
- ERZURUMLU İbrahim Hakkı, **Marifetname**, (Sadeleştiren: A. Faruk Meyan), Bedir Yay., İst., 1999
- FROMM Erich, **Çağdaş Topluların Geleceği**, (Çev: Gülnur Kaya, Kaan H. Ökten), Arıtan Yay., İstanbul, 1996
- GASSET Ortega Y., **Kütlelerin İsyanı**, Bedir Yay., İstanbul, 1992
- GÖLE Nilüfer, **Modern Mahrem**, Metis Yay., İstanbul, 1994
- GÜNEŞ Sadık, **Medya ve Kültür**, Vadi Yay., Ankara, 1996
- GÜNTEKİN Reşat Nuri, **Yaprak Dökümü**, İnkılap Kitapevi, İstanbul, 1989
- GÜVENÇ Bozkurt, **İnsan ve Kültür**, Remzi Kitapevi, İstanbul, 1999
- HAVİLAND William A., **Kültürel Antropoloji**, (Çev: Hüsamettin İnaç, Seda Çiftçi), Kaknüs Yay., İstanbul, 2002
- HABERMAS Jürgen, **Modernlik: Tamamlanmamış Bir Proje**, (Çev: Güleğül Naliş), Kıyı Yay., İstanbul, 1990
- HOFFER Eric, **Kesin İnançlılar**, (Çev: Erkil Günür), Tur Yay., İstanbul, 1978
- ILLICH Ivan, **Tüketim Toplumu**, (Çev: Mesut Karaşahan), Pınar Yay., İstanbul, 1991
- İBN HALDUN, **Mukaddime**, (Çev: Zakir Kadiri Ugan), C. I, MEB. Yay., İstanbul, 1986
- KAGAN M., **Estetik ve Sanat Dersleri**, (Çev: Aziz Çalışır), İmge Kitapevi Yay., Ankara, 1993
- KEKLİK Nihat, **Felsefenin İlkeleri**, İstanbul Üniv. Ed. Fak. Yay., İstanbul, 1987
- KONGAR Emre, **Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği**, Remzi Kitapevi, İstanbul, 1985
- KOZANOĞLU Can, **Pop Çağı Ateşi**, İletişim Yay., İstanbul, 1995

- KURNAZ Şefika, **Cumhuriyet Öncesinde Türk Kadını**, MEB. Yay., İstanbul, 1997
- LE BON Gustave, **Kitleler Psikolojisi**, (Çev. Tolga Sağlam), Timaş Yay., İst., 1999
- LİPOVETSKY Gilles, **Üçüncü Kadın**, (Çev. Filiz Nayır Deniztekin), Varlık Yay., İstanbul, 1998
- LULL James, **Medya İletişim Kültür**, (Çev. Nazife Güngör), Vadi Yay., Ankara, 2001
- MACINTYRE Alasdair, **Etik'in Kısa Tarihi**, (Çev. Hakkı- Solmaz Zelyüt Hünler), Paradigma Yay., İstanbul, 2001
- MARDİN Şerif, **Türk Modernleşmesi**, İletişim Yay., İstanbul, 2001
- MARSHALL Gordon, **Sosyoloji Sözlüğü**, (Çev. Osman Akınhay, Derya Kömürcü), Bilim ve Sanat Yay., Ankara, 1999
- MEYDAN LAROUSSE, I. Cilt, Sabah Gazetesi Yay., İstanbul, 1992
- MİCHEL Andree, **Feminizm**, (Çev. Şirin Tekeli), Cep Üniversitesi, İletişim Yay., İstanbul. Trsz.
- MÜLAYİM Selçuk, **Sanata Giriş**, Bilim Teknik Yay., İstanbul, 1994
- NACİ Fethi **Türkiye'de Roman ve Toplumsal Değişme**, Gerçek Yay., İstanbul, 1990
- OKTAY Ahmet, **Türkiye'de Popüler Kültür**, YKY Yay., İstanbul, 1993
- ÖZDEMİR Sadi, **Medya Emperyalizmi ve Küreselleşme**, Timaş Yay., İstanbul, 1998
- ÖZER Bülent, **Kültür Sanat Mimarlık**, Y.E.M. Yay., İstanbul, 2000
- SEVİL Muharrem, **Türkiye'de Modernleşme ve Modernleştiriciler**, Vadi Yay., Ankara, 1999
- SURUP Madan, **Postyapısalcılık ve Postmodernizm**, (Çev. A. Baki Güçlü), Ark Yay., Ankara, 1995
- SÜREKLİ Derya, **Kadın ve Toplum**, Evrim Yay., İstanbul, 2002
- ŞENER Sami, **Sosyoloji**, Deha Yay., İstanbul, 1996.
- TAFTALI Oktay, **Ahlak Estetik Şiir**, Gendaş Yay., İstanbul, 1998
- TOPALOĞLU Bekir, **İslam'da Kadın**, Rağbet Yay., İstanbul, 2001
- TOPÇUOĞLU Nur, **Basında Reklam ve Tüketim Olgusu**, Vadi Yay., Ankara, 1995

TUNALI İsmail, **Estetik**, Remzi Kitapevi, İstanbul, 2001

_____, **Estetik Beğeni**, Say Yay., İstanbul, 1983

TÜRKDOĞAN Orhan, **Değişme, Kültür ve Sosyal Çözülme**, Birleşik Yay., İst., 1996

VAN DER LOO Hans - VAN REIJEN Williem, **Modernleşmenin Paradoksları**, (Çev: Kadir Canatan), İnsan Yay., İstanbul, 2003

WILLIAMS Raymond, **Kültür**, (Çev: Ertuğrul Başer), İletişim Yay., İstanbul, 1993

YALÇIN Alemdar, **Cumhuriyet Dönemi Türk Edebiyatı**, Günce Yay., Ankara, 2000

YAZAN Ümit Meriç, **Türkiye Kanatlarımızın Altında**, İz Yay., İstanbul, 1997

MAKALELER

ADANIR Oğuz, "Kültür İle Zihniyet", **Doğu Batı Dergisi**, S.23, Doğu Batı Yay, Ankara, 2003

AYKUT Mahzar, "Güzellik Üzerine", **Milli Kültür**, S. 60, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yay., Ankara, 1988

ÇİFTÇİ Nermin, "Kohlberg'in Bilişsel Ahlak Gelişimi Teorisi: Ahlak ve Demokrasi Eğitimi", **Değerler Eğitimi Dergisi**, C. I, S. I, Ensar Yay., İstanbul, 2003

ERDOĞAN İrfan, "Popüler Kültürde Gasp ve Popülerin Gayri Meşruluğu", **Doğu Batı Dergisi**, S. 15, Felsefe Sanat Kültür Yay., Ankara, 2003

ERSÖZ Aysel Günindi, "Popüler Kültür Ürünlerinden Müzik Videolarının Gençler Üzerindeki Olumsuz Etkileri", **Aile ve Toplum Dergisi**, Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı Yay., C. 2, S. 5, Ankara, 2002

GÜLSEREN Şeref, "Eşduyum: Tanımı Ve Kullanımı Üzerine Bir Gözden Geçirme" **Türk Psikiyatri Dergisi**, 12(2), İstanbul, 2001,

İMANÇER Dilek, "Çağdaş Kimliğin Yapılanma Süreci ve Televizyon", **Doğu Batı Dergisi**, S. 23, Felsefe Sanat Kültür Yay., Ankara, 2003

- KARAGÖZ Betül, "Hiçlik İçinde Yokluğu Aramak Popüler Olabilir Mi?", **Doğu Batı Dergisi**, S. 15, Felsefe Sanat Kültür Yay, Ankara, 2003
- KELLNER Douglas, "Popüler Kültür ve Kimliklerin İnşası", Çev: Gülcan Seçkin, **Doğu Batı Dergisi**, S. 15, Felsefe Sanat Kültür Yay., Ankara, 2003
- KILIÇBAY M. Ali, "Kültür Çoğunluğu Sona Eerken", **Doğu Batı Dergisi**, S. 18, Felsefe Sanat Kültür Yay, Ankara, 2003
- KUZU Tülay Sarar, "Eğitim-Öğretim Ortamında Etkili Sözel İletişim", **Milli Eğitim Dergisi**, S. 158, Ankara, 2003.
- GATENS Maria, "Güç, Bedenler ve Farklılık", Çev: Nemciye Uçansoy, **Felsefe Logos**, S. 15, Bulut Yay., İstanbul, 2001
- ONBAŞI Funda Gençoğlu, "Geleneksel ve Modern:Sınırlar ve Geçirgenlikler Üzerine", **Doğu Batı Dergisi**, S. 25, Doğu Batı Yay., Ankara, 2003
- ÖZGÜR Aydın Ziya, "Reklam Filmlerinde Görünen Kadınların İşlevsel Rollerini", **Kurgu**, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi, S.14, Eskişehir, 1996
- SOFUOĞLU Hikmet, "Ötekilik Melodramı", **Anadolu Sanat**, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi, S. 5, Eskişehir, 1996
- TAKIŞ Taşkın, "Etik", **Doğu Batı Dergisi**, Felsefe Sanat Kültür Yay., S. 4, Ankara, 1999.
- TEPE Harun, "Bir Felsefe Dalı Olarak Etik", **Doğu Batı Dergisi**, S. 4, Felsefe Sanat Kültür Yay., Ankara, 1999
- TOPRAK Tülay, "Sanat ve İdeoloji", **Anadolu Sanat**, S. 3, Anadolu Üniv. Güzel Sanatlar Fak. Dergisi, Eskişehir, 1995
- ULUÇ Güliz, "Medya Yapılarının Küreselleşmesi", **Doğu Batı Dergisi**, S. 16, Felsefe Sanat Kültür Yay, Ankara, 2001
- URAL Şafak, "Epistemolojik Açından Değerler ve Ahlak, Etik", **Doğu Batı Dergisi**, S. 4, Felsefe Sanat Kültür Yay, Ankara, 1999
- YETİM Nalan, "Küresel Üretim Yapılanmasına Kültürel Yanıtlar: Ulusal-Yerel", **Doğu Batı Dergisi**, S. 16, Felsefe Sanat Kültür Yay., Ankara, 2003

YILDIZ Hasan, "Platon'da Bir Estetik Sorun Olarak İyi ve Güzel", DPÜSBD S. 6, Kütahya, 2002

YILDIZ Recep, DEMİR Sakine, "Milli Kimliğin Oluşumunda Zihniyet", DPÜSBD, S.8, Kütahya, 2003

_____, "Sosyal Bütünleşme Ve / İçin Nereye Kadar Hoşgörü", DPÜSBD, S.5, Kütahya, 2001,

İNTERNET

BERGER Peter L., "Ahlak Yargısı ve Siyasal Faaliyet",
http://www.geocities.com/dehlizcjbnet_yazilar/Yazilar/AhlakYargisiveSiyasalFaaliyet.htm. 14.11.2002

DELIUS Herald, <http://www.felsefekibi.com/site/default.asp?PG=581>. 04.05.2003.

DEMİR Hüseyin, "Küreselleşme Sürecinde Şirketlerde Birleşme ve Tür Değişirme",
<http://www.foreigntrade.gov.tr/ead/DTDERGI/tem98/kuresellhtm.htm>,
07.03.2002.

DOĞRUSÖZ Mahan, "Kadınsı Özgürleşme Sürecinde Kuram ve Terapi",
<http://www.icgoru.com/makale/mahanmakale3.shtml> 22.01.2002.

ERDOĞAN İrfan, Korkmaz Alemdar, "Popüler Kültür ve İletişim",
<http://www.geocities.com/enisaydin/hipop.html> 15.04.2002.

ERDOĞAN İrfan, "Popüler Kültür: Kültür Alanında Egemenlik Ve Mücadele",
<http://www.media.ankara.edu.tr/~erdogan/nazife.htm> 15.04.2002.

<http://www.cosmoturk.com/default.asp?id=114&tur=ayrinti> 10.04.2003.

http://www.gayesokmen.com.tr/sait_sokmen_roportaj.htm 10.04.2003.

<http://www.filozof.tripoid.com/etik.html> 22.03.2002.

http://www.gayesokmen.com.tr/sait_sokmen_roportaj.htm 15.06.2002.

<http://www.geocities.com/enisaydin/iletisim9.html> 13.05.2004.

http://www.kadinlar.com/kadin/kadin_ece.htm 11.05.2002.

http://www.medyakronik.com/arsiv/basintarih_arv46.htm

<http://www.ntv.com.tr/news/268856.asp?cp1=1#BODY>. 13.05.2004.

<http://www.ntvmsnbc.com/news/267100.asp#BODY>. 13.05.2004.

http://www.yargitay.gov.tr/bilgi/kanun_liste/PC3066583.HM5.text.html.
13.05.2004.

KAHRAMAN Cengiz, "Bir Zamanlar İstanbul'da",
<http://www.zipistanbul.com/iss/00-07-20/m02/index.shtml> 09.01.2003.

KAPLAN Nilüfer, "Dünyanın İlk Güzellik Yarışması",
<http://www.dergi.org/111999/1302.htm> 09.01.2003.

KIRCA Süheyla, "Moda ve Özgürleşen Bedenler",
[http://www.radikal.com.tr/diger/ekler/radikal2/2000/06/11/toplum/mod/sh
tml](http://www.radikal.com.tr/diger/ekler/radikal2/2000/06/11/toplum/mod/sh tml) 11.06.2000.

KONGAR Emre, "Küreselleşme, Mikro Milliyetçilik, Çok Kültürlülük, Anayasal
Vatandaşlık", http://www.kongar.org/makaleler/mak_kum.php,
28.04.2002.

ÖZTEN Fatma, "Kim Olduğumuzu Unuttuk",
<http://www.ozgurvebilge.com/sayi7/medya.htm> 23.01.2003.

ÜNAL Ümit, "Cinsellik, Ahlak, Biyoloji",
<http://araf.net/dergi/sayi02/metinler/umnal952.html>. 14.11.2002.

"Yahudilikte Kadın", <http://www.geocities.com/demetden/yalik.htm> 08.05.2002.

GAZETELER

Posta Gazetesi, 08.12.2002

Sabah Gazetesi, 09.12.2002

Vatan Gazetesi, 08.12.2002

Hürriyet Gazetesi, 08.12.2002

Hürriyet Gazetesi, 09.12.2002

Milliyet Gazetesi, 08.12.2002

Zaman Gazetesi, 08.12.2002

Star Gazetesi, Star Box Magazin Eki, 14.06.2002

Star Gazetesi, Star Box Magazin Eki, 25.09.2002

Star Gazetesi, Star Özel Eki, 26.03.2002

Sabah Gazetesi, 13.08.2003

Milliyet Gazetesi, 20.01.2004

Milliyet Gazetesi, 10.07.2001

DİZİN**A**

Ahlak, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 22, 24, 25, 100, 112, 115, 116, 119
 Aile, 71, 86, 109, 113, 117
 Aktör, 92
 Avrupalılaşma, 37, 43, 73

B

Batılılaşma, 31, 43
 Beden, 79
 Birey, 34, 42, 53

C

Cinsellik, 22, 119

E

Estetik, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 78, 94, 100, 113, 114, 115, 117, 119
 Estetik yargı, 9, 11

F

Feminizm, 70, 115

G

Gelenek, 24
 Geleneksel, 24, 37, 38, 43, 57, 118
 Gösteri, 39, 113
 Güzel, 7, 12, 14, 16, 67, 78, 79, 98, 100, 110, 118, 119
 Güzellik yarışmaları, 18, 24, 54, 61, 78, 81, 84, 86, 93, 94, 95, 96, 98, 111

İ

İdeoloji, 12, 112, 119
 İletişim, 8, 12, 31, 32, 70, 81, 82, 86, 89, 90, 93, 95, 97, 112, 114, 115, 116, 118
 İmge, 12, 114

K

Kadın, 11, 15, 26, 31, 64, 69, 70, 72, 73, 74, 75, 76, 81, 114, 115, 119
 Kimlik, 47, 85, 96, 112
 Kitle, 9, 52, 56, 57, 59, 60, 81, 82, 85, 86, 87, 93, 96, 98, 113
 Kitle iletişim araçları, 60, 81, 86, 96
 Kitle kültürü, 87, 98
 Kitleleşme, 42, 50
 Kültür, 5, 7, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 30, 37, 39, 44, 48, 52, 53, 56, 74, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 90, 92, 93, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119
 Küresel, 50, 119
 Küreselleşme, 3, 26, 44, 47, 49, 50, 94, 112, 115, 116, 118

M

Medya, 39, 48, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 110, 111, 114, 115, 119
 Meta, 39, 81
 Moda, 13, 99, 113, 118
 Modernizm, 15
 Modernleşme, 3, 9, 13, 34, 35, 37, 41, 42, 88, 113, 115
 Modernlik, 34, 114

P

Popüler kültür, 77, 82, 83, 85, 86, 88, 93, 100
 Postmodernizm, 34, 115

R

Reklam, 60, 80, 81, 97, 111, 115, 118

T

Televizyon, 51, 80, 81, 88, 96, 113, 117
 Toplumsal değişme, 22, 69, 90, 99, 112
 Tüketim, 60, 77, 78, 97, 111, 113, 114, 115

Y

Yabancılaşma, 77
 Yarışma, 63, 64, 112