

Sağlık ve Fitness Söylemi İçerisinde Kadın ve Erkek Bedenleri: Women's Health ve Men's Health Dergisi Örneđi

Yeliz Yücel

Doktora Öğrencisi, Galatasaray Üniversitesi

lizyucel@gmail.com

Orcid: 0000-0002-4327-3303

Abstract

Female and Males Bodies in Health and Fitness Discourses: Example of Women's Health and Men's Health Magazines

In postmodern society, women who become enabled to transform their bodies 'freely' are also subjected to certain dietary and exercise practices with the expectation of health, weight loss, beauty and rejuvenation; concepts who become more and more embedded with each other as their boundaries become abstract. Knowledge-power mechanisms are constantly accumulating and broadcasting definitions of "normal", "ideal", "truth" and "health" via media. By doing so, they create the basis for some bodies to be objectified, criticized, labeled or cast out. In this study, the models' body language in cover images of Women's Health and Men's Health magazines (2014-2018) which broadcast new definitions of womanhood and manhood, were subjected to semiotic analysis on certain categories taking Erwing Goffmann(1979), Margaret Carlisle Duncan(1990) and Iris Young's (1980) similar studies as a theoretical base. The way male and female bodies which are constructed in regard to health and fitness prescriptions was also analyzed by using a content and textual analysis used by Dworkin and Wachs (2009) on the main headings of the journals. The Women's Health and Men's Health magazines and their knowledge-power and normalization mechanisms; broadcast certain gender roles and appearances hidden inside idealized health and fitness discourses, com-

DOI:10.16878/gsuilet.560059

pel the readers to transform their bodies to achieve “health as a supervalue”, dictate consumption and moral practices under the guise of this transformation, dietary and exercise practices.

Keywords: *Body Language, Body Image, Health and Fitness Discourse, Ideal Body, Gender, Gender Stereotypes*

Resumé

Les corps féminins et males dans les discours de santé et de fitness: exemple de magazines Women’s Health et Men’s Health

Dans la société postmoderne, les femmes qui ont la possibilité de transformer leur corps «librement» sont également soumises à certaines pratiques diététiques et physiques, dans l’attente de la santé, de la perte de poids, de la beauté et du rajeunissement; concepts qui deviennent de plus en plus intégrés les uns aux autres à mesure que leurs limites deviennent abstraites. Les mécanismes du savoir-pouvoir s’accumulent et diffusent en permanence les définitions de «normal», «idéal», «vérité» et «santé» via les médias. Ce faisant, ils créent la base pour que certains corps puissent être objectivés, critiqués, étiquetés ou chassés. Dans cette étude, le langage corporel des modèles dans les images de couverture des magazines Women’s Health et Men’s Health (2014-2018), qui diffusent de nouvelles définitions de la féminité et de la virilité, a été soumis à une analyse sémiotique de certaines catégories, notamment Erwing Goffmann (1979), Margaret Carlisle Duncan (1990) et Les études similaires d’Iris Young (1980) constituent une base théorique. La manière dont les corps des hommes et des femmes construits en ce qui concerne les prescriptions de santé et de condition physique a également été analysée à l’aide d’une analyse du contenu et du texte utilisée par Dworkin et Wachs (2009) dans les principales rubriques des revues. Les magazines Women’s Health et Men’s Health et leurs mécanismes et leurs mécanismes de connaissance, de pouvoir et de normalisation; diffuser certains rôles et apparences de genre cachés dans des discours idéalisés sur la santé et la forme physique, obliger les lecteurs à transformer leur corps pour atteindre la « la santé comme une supervalue », dicter la consommation et les pratiques morales sous le couvert de cette transformation, pratiques alimentaires et physiques.

Mot-Clés: *Langage Corporel, Image Corporelle, Discours sur la Santé et Fitness, Corps Idéal, Genre, Stéréotypes de Genre*

Özet

Post modern toplumda, kendi bedenini 'özgürce' dönüştürmeye muktedir kılınan kadın; aynı zamanda sınırları git gide muğlaklaşarak iç içe giren sağlık, incelik, güzellik ve gençlik durumuna ulaşma beklentisiyle belirli diyet ve egzersiz pratiklerine tabii kılınmaktadır. Gittikçe çoğalan bilgi iktidar mekanizmalarının medya aracılığıyla yaydığı 'normal', 'ideal', 'hakikat' ve 'sağlık' tanımlamaları bazı bedenleri dışlamakta, ayıplamakta, damgalamakta, objeleştirmektedir. Bu çalışmanın ilk fazında, kadınlık ve erkeklığın yeni tanımlarını sağlık ve fitness söylemi kisvesi altında yayan *Women's Health* ve *Men's Health* dergilerinin (2014-2018) kapak sayfalarındaki modellerin beden dili belirli kategoriler üzerinden Erwing Goffmann (1979), Margaret Carlisle Duncan (1990) ve Iris Young (1980)'ın önceki çalışmaları baz alınarak göstergebilimsel çözümlemeye tabi tutulmuştur. İkinci fazda, kadın ve erkek bedenlerinin sağlık ve fitness reçeteleri bağlamında inşa edilmesi Dwor-kin ve Wachs (2009) tarafından kullanılan içerik ve metin analiz yöntemiyle derginin ana başlıkları üzerinden incelenmiştir. *Women's Health* ve *Men's Health* dergileri ve bu dergilerin yaydığı bilgi-iktidar ve normalleştirme mekanizmaları, 'süper-değer haline gelen sağlık'a erişmek için belirli toplumsal cinsiyet rollerini ve görünüşlerini dikte etmekte ve okuyuculara bu dönüşüm kisvesi altında belirli tüketim ve ahlaki pratikleri diyet ve egzersiz uygulamaları olarak sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Beden Dili, Sağlık ve Fitness Söylemi, İdeal Beden, Toplumsal Cinsiyet, Toplumsal Cinsiyet Stereotipleri*

Giriş

Günümüz post endüstriyel tüketim toplumu görsel imgelerin hâkimiyetinde olan bir toplum olup (Goffman, 1979; Berger, 1999), erken bir yaştan itibaren; tüm bireyler dergi, gazete, dijital imgeler, reklam fotoğrafları tarafından bombardıman altına alınmaktadır. Fotoğraf gibi görsel imgeler, tıpkı metnin yaptığı gibi bize hikâyeler anlatmaktadır. Gerbner'e göre hikâyelerden yaratılmış bir dünya içerisinde var olan birey, bildiklerini ve düşündüklerini kişisel olarak deneyimlemeksizin hikâyeler aracılığıyla öğrenir. Televizyon programları, sinema filmleri, romanlar, dergiler, reklamlar, 'şey'lerin nasıl işlediğini anlatan, algılanan gerçekliği doğrulayan ya da pekiştiren ya da bireyin seçenekleri ve değerleriyle alakalı telkinlerde bulunan hikâyelerdir (Çoban, 2011, s. 23-24). Fotoğraflar günlük hayatımızın bir parçası haline gelmiştir; bizi nasıl etkiledikleri ya da bu etkinin ne olduğu hakkında çok fazla düşünmeyiz fakat fotoğraflar da tıpkı diğer medya imgeleri gibi belirli politik motivasyonlara sahip olabilir. Medya fotoğrafçılığı, belirli hegemonik grupların faydasını meşrulaştıran bir gösteren sistemi haline gelebilir (Duncan, 1990, s. 22-43) ya da "simgesel imha" yoluyla belirli grupları görmezden gelebilir; 'normal', 'standart' ve 'ideal' belirleyerek bunun dışında kalanları öteki ilan edebilir.

Fotografik imgeler anlam taşıyıcıları olarak iki kategoride iş görebilirler. Birincisi fotoğrafın belirli fiziksel görünüm, poz, beden konumlandırılması, yüz ifadesi içermesi, beden sözsüz bir iletişim dili oluşturmasıdır. İkinci kategori ise fotoğrafın söylemsel metne yaptığı katkıdır. Bu şekilde bağlam fotoğrafın gösterildiği görsel alana dâhil olabilmekte ve bir söylem içerebilmektedir (Duncan, 1990, s. 22-43). Bireyler medya araçları aracılığıyla temsil edilen fotografik imgeler içerisinde, diğer bireylerle olan ilişkilerini yapılandırabilecekleri anlamlandırma pratiklerine ulaşabilirler. Her bir fotografik imgenin bir söylemi, bu söylemin de kaynağı, hedeflediği alıcı (Duncan ve Brummet, 1993, s. 57-72) ve içerdiği iktidar ilişkileri ağı mevcuttur. Kaynaktan alıcıya aktarılan söylemin "kod açımını" yaparken, bizimle konuşulduğunu kabul ederek; söylemin "biz" tanımını örtülü olarak sahipleniriz ya da başka bir deyişle söylem tarafından önerilen özne konumunu kabul ederiz (Althusser, 1971, s. 127-186). Ancak yapılan araştırmalar, bireylerin medya temsillerini pasif olarak tüketmediklerini göstermektedir; medyanın sunduğu "kodlanmış" temsiller, kendi hayatında anlamlı olacak şekilde birey tarafından kod açımına uğratılmaktadır. Öyleyse medya temsillerini ya da mesajlarını açık kültürel buyruklardan çok "anlam için mücadele alanları" olarak yorumlamak mümkündür. Kodlanmış tüm medya mesajlarının mümkün olan belirli bir sayıda-kod açımı mevcuttur. Ancak çoğu temsilin koruduğu, belirli politik motivasyonları yücelten "tercih edilen bir okuması" olduğu da inkâr edilemez (Dinnerstein ve Weitz, 1994, s. 4-20). Medya temsillerinin (imge ya da metinsel içeriklerin) "tercih edilen" okumaları toplumsal cinsiyet hiyerarşilerini, eril hâkimiyeti ve stereotipik erkeklikleri güçlendirici bir söylemi güçlendirme eğiliminde olmaktadır. Fakat tercih edilen okumaların ve tercih edilen özne pozisyonlarının elbette güçsüzleştirilen taraflar tarafından direnişle karşılanabilmesi mümkündür (Duncan ve Brummet, 1993, s. 4-20).

İki fazlı olarak yapılan bu çalışmanın birincil fazının analiz yöntemi, Goffman (1979), Duncan (1990) ve Young (1980)'in çalışmaları bir rehber olarak kullanılarak oluşturulmuştur. Men's Health ve Women's Health dergisinin Nisan 2014 ve Aralık 2018 tarihleri arasındaki ana kapak fotoğraf modellerinin yüz ifadeleri, bakışları, beden pozisyonları, aktif/pasiflik durumu kodlanarak toplumsal olarak cinsiyetlendirilmiş iktidar ilişkileri analiz edilmiştir. Goffman'a göre iktidar ve tabiiyet durumu bedenün sözsüz iletişimi ile aktarılabilir ve bireyin statüsünün göstereni olabilir. Bourdieu'nün de belirttiği üzere, toplumsal cinsiyet bireylerin statüsünü belirleyen bir sermaye olarak işlev görebilir ve toplumsal cinsiyet farklılıklarını doğallaştırarak, kültürel pratiklerden ortaya çıktıklarını gizler (Bourdieu, 2001). Araştırmanın yöntemi olarak tercih edilen gösterge bilimsel beden dili analiziyle, sağlığın göstereni olarak sunulan fotografik imgeler üzerinden toplumsal cinsiyetlere ait yerleşmiş kültürel varsayımların açığa çıkartılması amaçlanmıştır. Toplumsal olarak cinsiyetlendirilmiş iktidar ilişkileri analizinin ve sağlığın toplumsal olarak cinsiyetlendirilmiş bir beden idealiyle iç içe girmesinin sonuçlarının kadın ve erkek bedenleri için ifade ettiği anlamlar karşılaştırılmıştır. Bu dergilerde kullanılan kadın ve erkek modellerin hareket ve tavırlarında, duruşlarında, beden pozisyonlarında ve yüz ifadelerinde de göze çarpan bir toplumsal cinsiyet farkı vardır ve bu toplumsal kabullere, kültürel pratiklere göz kırpan performatif bir kurgudur. Belirli beden pozisyonları ve ifadeleri belirli toplumsal cinsiyetlerin sahip olduğu iktidar pozisyonlarına işaret etmektedir. Stereotipleştirilen kadın ve erkek bedenleri arasındaki farklılıklar; roller, davranışlar, duruşlar, bakışlar, kıyafetler; toplumsal cinsiyet rollerini sağlık ve fitness söylemi doğrultusunda sağlamaştırmaktadır. Bu toplumsal olarak oluşturulmuş farklılıklar hala iktidarı erkeğe sunarken, kadınlar için iktidar alanını kısıtlama meyli göstermektedir.

Aynı tarihler arasında kapak fotoğraflarına eşlik ederek bağlamı güçlendiren dergi ana başlıkları da analizin ikinci fazını oluşturmaktadır. Dergi ana başlıkları üzerinden içerik ve metin analizi yapılarak kadın ve erkek bedenleri için tekrar eden temalar, tercih edilen fiiller tespit edilmiştir. Bu analiz yöntemi birincil analiz yöntemini destekleyerek; metinsel olarak altı çizilmekte olan kültürel beklentileri ve varsayımları açığa çıkarmaktadır. Kadın ve erkek bedenlerinin nasıl hem ilişkisel hem de farklı olarak inşa edildiğini ortaya çıkarmak amacıyla daha önce farklı fitness dergileri için kullanılmış olan bir yöntemdir. Bu analiz yöntemiyle, anaakım medyanın ideolojileri yaymak için kullandığı materyallerin "tercih edilen hegemonek okumasını" ortaya çıkarmak amaçlanmakta, farklı okuyucuların aktarılan mesajı çözümlerden varabileceği farklı anlamları göz ardı etme niyeti güdülmektedir (Dworkin ve Wachs, 2009, s. 24-26). Bu iki fitness dergisinin kadın ve erkek bireyleri yönlendirdiği nihai amaçlar her iki toplumsal cinsiyet için benzeşse de (yağlardan kurtulmak) buna yönlendiren buyruklar (fiiller) dahi toplumsal olarak cinsiyetlendirilmekte ve farklılaşmaktadır. Kadın bedeninin kusurlu ya da problemlili olarak işaretlenmesi ve bu tarzda buyrukların ifade edilmesi; erkek bedenine yönelik egzersizlerin ise bir komutanın ya da bir futbol koçunun konuşacağı tarzda cesaretlendirici bir içeriğe sahip olması erkek bedenini ayrıcalıklandırmakta, kadın bedenini yine yetersizliğiyle baş başa bırakmaktadır (Dworkin ve Wachs, 2009).

“Bedenim nasıl görünüyor” ve “Bedenim ne işe yarar” karşıtlıklarına hangi toplumsal cinsiyetlerin yerleştirildiğini ele alınan örnekler açık bir şekilde göstermektedir.

Bu çalışmanın amacı, söz konusu fitness dergilerinin, sağlık ve fitness reçeteleri bağlamında üretilen kadın ve erkek bedenlerine neoliberal ekonomi politikaları doğrultusunda, nasıl hem aynı hem de farklı şekilde muamele edildiğinin açığa çıkarılmasıdır. Ayrıca, ana akım fitness ve sağlık söylemlerinin içerisinde toplumsal cinsiyetlendirilmiş erkek ve kadın bedenlerinin nasıl ortaya çıktığını analiz etme amacı güdülmektedir. Aynı zamanda, neoliberal pazar politikalarının küresel bir kadınlık ve erkeklik tanımı yapabilme yetkinliğinin olduğunun altını çizmek ve bu pazar politikalarının etkili olduğu tüm kültürlerde sağlığın her şeyi içine alabilen süper-değer ve riskin en büyük korku haline geldiğinin vurgulamak amaçlanmaktadır. Söz konusu kapak fotoğrafları aracılığıyla bu dergiler, dişil ve erkek bedenlerin tecrübelerini belirli güç ilişkileri içerisine sıkıştırarak şekillendirme amacı gütmekte; bilgi iktidar mekanizması olarak çalışarak bu bedenlerin limitleri ve fırsatlarını belirlemektedir.

Bu çalışmanın daha önce yapılmış olan çalışmalardan farkı ve var olan literatüre katkısı, toplumsal cinsiyetin etrafındaki karmaşık ilişkileri sadece özne/nesne, kadın/erkek, birincil/ikincil gibi ikili karşıtlıklar üzerinden analiz etmeye çalışmak yerine; sağlığın görüntüye indirildiği görünüş odaklı post endüstriyel tüketici evrenindeki toplumsal cinsiyetlendirilmiş iktidar ilişkilerinde meydana gelen değişiklikleri yansıtmaya çalışması ve toplumsal cinsiyete yönelik eşitsizliklerinin sağlığın bir gereği olarak gösterilerek gizlendiğinin açığa çıkarılmasıdır. Bu dergilerin ele alınmasının sebebi ise, söz konusu dergilerin hem ana akım fitness dergileri olması, hem de küresel dergiler olmasına rağmen, çok farklı kültürel bağlamda yeniden üretilebilmeleridir.

Bir Proje olarak İdeal Kadın Bedeni: Neoliberal Ekonomi Politikaları ve İçeride Geçen Güzellik, Sağlık, Fitness Kavramları

Modernite'nin ötekisi olarak kurulan kadın bedenine yönelik mesafeli anlayış yeni değildir; dişil beden antik çağdan, tek tanrılı dinlerin metinlerine, Descartes'ın Kartezyen felsefesinden modernitenin tıbbi sınıflandırmalarına değin sırlarla dolu ve tehlikeli olarak algılanırken; eril beden tanrısallık ve rasyonel akıl ile ilişkilendirilmiştir (Berktaş, 2016, s. 145). Bu nedenle dişil beden insan bilimlerinin inceleyen bakışına erkek bedeninden daha fazla maruz kalmıştır. Beyaz, burjuva ve erkek 'normali'nin dışında kalmakla addedilen her bulgu araştırılıp bulunmuş ve uzmanlar tarafından kategorize edilerek 'kadın olma durumu'na içkin patoloji, bilimsel olarak ispatlanmaya çalışılmıştır. Tıbbi ve bilimsel söylem, kadın bedene ait biyolojinin patolojik olduğunu onayladıktan ve kadının tabiiyetini meşru bir zemine taşıdıktan sonra kadının hangi aktiviteleri yapıp yapmayacağı, uygun "kadınlığı" muhafaza etmek için hangi giysileri giyip giymeyeceği konusunda dahi 'reçete yazar' olmuştur (King, 2004, s. 29-39). XIX. Yüzyılın ortalarından beri süre-

gelen kadın yaşamının tıbbi söylemin bakışından yeniden üretilmesi ve kadınların doğal süreçlerinin "ideal biyolojik standarttan bir sapma" olarak görülmesiyle sürdürülmüştür (Riessmann, 2010, s. 49-66). Bu görüş günümüzde 'sağlıklı yaşam sürdürme', 'beden için söz konusu olan riskleri azaltma', 'kendi bedenini yönetme' gibi amaçları hedefleyen bireysel bir sağlık projesine dönüşmüş; bu anlayış eril tıbbi söylemin kadın bedenine yönelik olumsuz kültürel anlamları sürdüren ataerkil mesajlarını ve endüstrilerin çıkarlarını gizlemesine yardımcı olmuştur.

Tıp, antik çağdan bu yana ataerkil kültürün içerisinde gelişmiş dolayısıyla kadın-erkek ikili karşıtlıklarını eril bir dille yeniden üretmeye devam etmiştir. Kadının bedeninin doğası gereği erkek bedenine kıyasla eksik ve tehlikeli olarak görülmesi, kadın bedeninin bir mülkiyet olarak himaye altına alınmasının açıklamaları kültürel zeminde olduğu kadar; günümüzde değiştirilemez, objektif ve bilimsel olarak görülen tıbbın da içerisine gömülü durumdadır. Bu tip düşünceler Aristo'nun ilk eserlerine kadar dayanmaktadır. Aristo'nun biyolojik teorileri ısı konseptine dayanmaktadır. Aristo'ya göre, sadece yeterli ısıya ulaşan embriyolar tam bir insan formuna (erkek) ulaşabilirler. Geriye kalanlar dişi olarak dünyaya gelir (Weitz, 2010, s. 3-12). Aristo'nun sözleriyle devam edecek olursak, kadınlar "hatalı yapılmış erkek" ya da "canavarlık" olarak görülmelidir. Yine aynı şekilde, oldukça etkili bir Yunan doktor olan Galen, kadının üreme organları erkeklerinkine aynıdır fakat dişi embriyolar yeterli ısıyı alamadıkları için bu organlar dışarıda olmak yerine içerisine gelişmiştir şeklinde belirtmiştir. Erkekler kadınlardan daha fazla "ısı" tutabildiği için, erkekler kadınlardan daha mükemmeldirler (Martin, 1988, s. 237-254). Bu ısı eksikliği kadınlarda oldukça fazla miktarda yetersizlik durumuna yol açmıştır: Daha küçük bir cüsse, daha dayanıksız bir yapı, daha az gelişmiş bir beyin, duygusal ve ahlaki zayıflık (Weitz, 2010, s. 3-12). Anatomik yapının gittikçe daha fazla anlaşılabilmesiyle (rahmin yapısının XVIII. Yüzyıla doğru keşfedilmesiyle) birtakım detaylar değişmiştir (Martin, 1988, s. 237-254).

XIX. Yüzyılda -erkek- doktorlar kadında zihinsel aktivitenin, eğitim-öğretimin, meslek sahibi olma çabasının histeriye sebep olduğunu düşünmekteydiler. Bu dönem aynı zamanda Batı'da kadınların örgütlenerek kamusal hayata katılmak, vatandaş statüsü elde etmek ve oy kullanmak için mücadele ettikleri bir dönemdir. Kürsülere çıkıp eşit hak talebinde bulunan kadınlar, histerik olarak değerlendirilmekte, doktorlar "histerik feministlerin" iyileşmek için tek çarelerinin geleneksel anne-ev kadını rollerine dönmek olduğunu belirtmekteydiler. Kürsüdeki çıkıp konuşma yapan kadınlar erkeklik rolüne soyunmakla eleştirilmektedir. Konuşama, cümle kuramama, kendini bedensel jestlerle ifade etme gibi semptomlarla ortaya çıkan histerinin, tam da kadınların kamusal alanda konuşmaya başladığı bir dönemde eril tıp söylemi tarafından üretilmesi düşündürücüdür (Çubuklu, 2006, s. 3-13). Modernitenin kültürel girişimlerinde erkeğe, bir bilgi-iktidar mekanizması olarak destek veren toplumsal bir kurum olan tıp, normal ile anormalin ne olduğunu belirlemede asli yetkililerden biri olup, normalleştirme sürecinin belirleyici otoritesidir. Foucault'un "tıbbi karışma" kavramı ile tıpsallaştırma sürecini de gördüğü bu görünüm içinde bedenleri tıbbi kontrolün öznesi konumuna gelir ve tıbbi insanın varlığı, bilgi nesnesi haline getirilmiş olur (Nazlı, 2006, s. 14). Tıbbi

söylem toplumsal kimlik yaratma ve bir toplumsal kontrol aracı olarak işlev görmektedir. XIX. Yüzyılda kadın, tıbbi söylem tarafından frijit, histerik, rahim sahibi olmaktan kaynaklı zihinsel bozukluklara sahip, dengesiz, sınırları zayıf olarak teşhis edilirken; günümüzde de adet öncesi sendromu, menopoz, doğum öncesi ve sonrası depresyon, dismorfofobi ve anoreksiya gibi etiketlerle mücadele etmektedir. Bunun sebebi, kültürel takıntıların yaygınlaşmasının kadın bedeninde patolojik bir boyutta kristalleşmesidir (Bordo, 2003, s. 139-164).

Günümüzde de bireylerin kontrol ve disipline edilmesi 'doktorlar' gibi bir takım 'uzman grupların' muktedir kılınmasıyla sağlanmaktadır. Bu yükselen uzmanlık sınıfının stratejisinin başarılı olması için; şeylerin anlamını, sağlıkla ilgili inanışları ya da semptomların yorumlarını kontrol etmesi şarttır. Profesyonel tahakküm sadece eğer insanlar problemlerinin tıbbi doğasına inanırlarsa ve bu problemlerin çözümü için müdahaleyi uygun bulurlarsa gerçekleşir. Etik olarak negatif bir durum yaratmak ve ardışık olarak her 'normal' bireyin bu potansiyel anormallik tanımını içselleştirmesini sağlamak normalleştirilen iktidarın iki önemli etkisidir. Bir tarafta iktidarın bakışına tabii olan birey aynı zamanda kontrol edilme-ye de razı olur çünkü iktidar figürleri aynı zamanda koruma kollama, normallik tanımlarının sürdürülmesini sağlama, riskleri azaltma gibi fonksiyonlara sahiptirler. Diğer yandan birey kendini gözetlemekle, kendisini iyiye ve doğruya göre hareket eden 'normal bir vatandaş olarak' inşa etmesi için gerekli olan öz-bakımı ve öz disiplin sağlamaya yükümlüdür. İktidarın mantığı özneyi baskılamaktansa kendi hareketlerini, arzularını, niyetlerini, zevklerini tarihsel olarak üretilmiş gerçeklere göre yargılayan ve cezalandıran özneler üretmektir (Bruno ve Vaz, 2003, s. 272-291). Bauman da benzer şekilde bireylerin tüketim toplumu içerisinde hissettiği belirsizliğe odaklanmıştır. Kadınlar ve erkekler bu belirsizlik durumunu bir dengeye kavuşturmak için onlara daha üstün bir bilgi sunacak olduğuna inandıkları uzmanlara ihtiyaç duymaktadırlar. Bu uzmanların tasdik yetkisi, Foucaultcu anlamda yeni bir bilgi-iktidar eksenini yaratmaktadır. Post modernlik bir danışma patlaması çağıdır (Bauman, 2000, s. 254-255). Bilgi-iktidar eksenleri de merkezîyetçi yapı-sından uzaklaşmakta ve çoğalmaktadır. İdeal beden/sağlıklı beden arayışı da işte tam bu endişe ile sürdürülmektedir. Bedene gösterilen özen ne denli incelikli olursa olsun ve beden ne denli eğitilirse eğitilsin, kusurluluk kuşkusu ortadan kalkmayacaktır. Bedenin norma uygunluğu ulaşılabilecek bir hedef değildir ve kişinin gerçekten tatmin olarak "işte başardım" diyebileceği hiçbir an yoktur. Bütün bunlar artık normatif yönetime tabii olmayan- en azından bir zamanların üretici-asker- bedeni gibi sıkı yönetilmeyen- bir bedenin başına gelmektedir. Beden, bireyin kendi sorumluluğundadır ve bundan kaynaklanan aksamalarda birey yine kendisini suçlayacaktır (Bauman, 2001, s. 145-146).

Feodal sistemden ticari kapitalizm ve endüstriyel kapitalizme, sonuçta da post-endüstriyel topluma ilişkin sosyal ve ekonomik gelişmeler temelinde, tüketim kültürü ve beden arasındaki ilişkiye bakıldığında, neoliberal ekonomi politikaları, hizmet endüstrisinin niteliksel ve niceliksel artışı, post endüstriyel kapitalizmde üretimden ziyade tüketicinin öncelik kazanması, merkezi otoritenin çoklu,

özelleşmiş, rekabet halindeki iktidar yapılarına dağılmasıyla sınıfsal çelişkiler ve toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri ticarileştirilip, piyasa yapılarına aktarılarak kimlik projelerine dönüştürülmüş ve tüketim ile bağlantılı yaşam tarzı değişimleri ortaya çıkmıştır. Çubuklu'ya göre artık beden ve yüzeyi çoklu piyasa kimliklerini yansıtan bir metne, sayfaya, ekrana, göstergeler toplamına dönüşmüştür (Çubuklu, 2004, s. 102). Günümüzde tıbbi ve 'bilim'i arkasına alan endüstriler sürekli olarak risk altında birey statüsü üretmektedirler (Bruno ve Vaz, 2003, s. 272-291).

Dünya Sağlık Örgütü (WHO)'nün tanımına göre sağlık 'sadece hastalık ve sakatlık durumunun olmayışı değil kişinin bedenen ruhen ve sosyal yönden tam bir iyilik hali' olarak tanımlanmıştır (Who Constitution, 2018). Fakat sağlık günümüzde manipüle edilebilir riskleri optimal hale getirme uğraşına dönüşmüştür (Bauman, 2000, s. 53-91). Bu da sağlık tanımlarını ve endüstrilerin çıkarlarını iç içe geçirmekte ve kadının bedeni erkeğinkine nazaran daha 'risk altında' olarak kurulmaktadır. Tıp ve medya bireylerin yaşam tarzlarında dikkat etmeleri gereken şeylerin ne olduğunu tanımlamaktadır ve bu da manipülatif bir durumdur. Özellikle tıp biliminin desteğiyle, ilaç, kozmetik, fitness ve diyet endüstrileri kadını yayılım için en müsait pazar olarak görmektedir (Riessmann, 2010). Bunun sebeplerinden birincisi önceden beri eksikli öteki olarak kurulan kadın bedenini 'düzeltmeye' yönelik tıbbi ve endüstriyel yönelimlerin hep daha fazla olmasıdır. İkincisi toplumsal cinsiyet rolleri ve eşitsizliklerinin kadınları her türlü gözetime ve denetime daha müsait hale getirmesidir. Üçüncüsü, kadınların biyolojik fonksiyonlarının daha fazla tıbbileştirilmesi ve patojenleştirilmesidir. Bu durum da endüstrilerin bu açıkları değerlendirmesiyle sonuçlanmakta ve kadınları daha fazla tıbbi etiketlemeye maruz bırakmaktadır. 'Proje beden', modern teknolojilerin (kozmetik, estetik cerrahi, diyet, egzersiz) de yardımıyla üzerinde her türlü değişikliğin ve dönüşümün yapılabildiği ve sergilenebildiği Susan Bordo'nun tanımıyla 'kültürel bir plastik' haline gelmektedir. Featherstone'a göre sağlıklı ve güzel görünmekten haz alınacağı/iyi hissedileceği düşüncesi, satılabilir bir meta olarak paketlenir. İyi görünmek ve bedeni korumak, artık tüketici yaşam şeklinin önemli bir ögesidir.

Güzellik, estetik, fitness merkezlerine gittikçe artan talep ve ideal beden kaygıları, kozmetik ürünlerinin özellikle dişil bedenlerin imaj politikalarının ortasına oturması normatif simgesel düzenin bıraktığı ataerkil bir mirastır; dişil bedene ilişkin tamamlanması gereken bir eksiklik vardır ve bu durum hem öteki bireyler hem de kadının kendisi tarafından denetlenmektedir. Bu durum, kadının 'bakılan' olarak kurulduğu toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini yeniden üretmektedir. Aynı zamanda kadın bireyin özgürlüğüyle karakterize olan post modern yaşam tarzları toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini kolay kolay seçilemeyen bir hale getirip, piyasa kanallarının manipülatif araçlarına aktarmış ancak yok etmemiştir. Toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri özgürlük söylemiyle görünmez kılınmaktadır. Daima genç ve güzel olmak günümüz neoliberal toplumunun en temel değeridir ve bunun anlamı endüstrilerin ihtiyacına göre sürekli değişebilmektedir. Tüketim toplumu üyelerinin kendileri birer tüketim metasıdır ve onları bu toplumun gerçek bir üyesi yapan da bir tüketim metası olma özellikleridir (Bauman ve Lyon, 2013, s. 44-45).

Dişil bedeninin 'özünden gelen eksiklik' artık modernite sonrası dönüşüm politikalarıyla (estetik, diyet, egzersiz, bakım pratikleri) tamamlanmakta; birer öz bakım ve öz yönetim gündemi, kimi zaman tıbbi bir kategori olan "sağlıklı olma"-nın vazgeçilmezi haline gelmektedir. Bedenin bir arzu nesnesi ile seçkinlik simgesi haline dönüştüğü tüketim toplumunda, bedene yönelik bu toplumsal anlamlandırma pratiklerinin, bedenin özellikle dış görünümüne ilişkin yatırım alanları olan moda, kozmetik, estetik cerrahi, diyet, egzersiz üzerinden ilerlemesi, daha ziyade toplumsal olarak cinsiyetlendirilmiş kadın bedeninde karşılığını bulmakta ve tüketen kadın bedenini ortaya çıkarmaktadır (Nazlı, 2015, s. 33-55). Kadın bedeninin sağlıklı, ince, güzel, estetik ve bakımlı olmasını gösteren değerler bağlamında oluşan buyruklar, belirli endüstrilere yönelik tüketimin çarklarının dönmesini de sağlamaktadır (Nazlı, 2004, s. 25-34). Kadını özgürleştirecek olan buyruklardan ilki; bedenin sağlıklı, güzel ve ince olmasına yöneliktir. Bunların sınırları ise birbirinin içerisine geçmekte ve kaçmanın mümkün olmadığı, sürekli bir tatminsizlik yaratan gönüllü bir kontrol mekanizması oluşturmaktadır.

Medyanın tüm kolları 'endüstrilerin ihtiyaçlarına göre sürekli değişen kadınlık temsillerini' sergilemektedir. Alttan alta tüketim kültürünü ve ataerkil kalıtları göze sokmadan destekleyen kültür endüstrileri, özgürlük vaat eden ve seçime tabi (var olan seçenekler arasından) kadınlık temsilleri üretmektedirler. Bireysel seçimlerden bahseden tüm reklamlar ve da söylemler bireyi, kültürel farklılığı ortadan kaldırmakta ve aslında seçimleri sınırlandırmaktadır. En belirgin şablon kadınların sağlığa, mutluluğa, başarıya ulaşmaları için bireysel bir dönüşüm geçirmelerinin gerekliliğinin vurgulanmasıdır ki bu da dişil bedeni yetersiz, kusurlu ve eksik gören kültürel ve hatta bilimsel refleksin post modern bir dışı vurumudur. Özellikle dişil bedenlerin –belki de antik çağdan beri eksik olarak kurulan kadın bedenini artık tamamlamak niyetiyle- hem kendi sahiplerinin hem de birtakım uzmanların (tıbbi ya da medyatik uzmanlar) bakışıyla değişmesinin gerekliliği endüstrilerin kısıpı altında alınmasını sağlamıştır; egemen söylemi saran sağlıklı beslenme, sağlıklı yaşama, egzersiz, yaşam tarzına estetik bakış, güzel ve ideal bir bedene kavuşma gibi birbirinin içine giren kavramlar dişil bedenlerin kendi kendini yönetme pratiklerinde etkili olmaktadır (Giet, 2006: 160). Tüketim kültüründe medya fit olmayı bir mecburiyet, bir görev gibi sunarken, şişmanlayan, görünüşüne dikkat etmeyen, zamanından önce yaşlanan bireyler –genellikle kadınlar- sadece disiplinsiz ya da tembel değil; kusurlu olarak gösterilmektedir. Görünüşünü 'geliştiren' kadınlar, 'gerçek kimlikleri'ne uygun bir beden ve yüzün tadını çıkartacaklardır (Featherstone, 2010, s. 193-221). Kadın bedenine yönelik ticari yatırımları, kendisini çok sevdiği için özgür iradesiyle yaptığına inandırılrsa da onu bu ideal bedene kavuşma çabalarının sonucunda daha çok beğenecek olan toplum için yapmaktadır (İnceoğlu ve Kar, 2010, s. 89).

Medya içeriklerinde kadın bedeninin bazı kısımlarını betimlerken kullanılan dil, 'ceza', 'nefret', 'disiplin'e dayalı önermeler içermektedir. Beden 'parçalanacak' ve bedenin kimi kısımları bedenden bağımsız 'sorunlu bölgeler' olarak nitelendirilecek ve bunun sonucunda kadın kendi bedenine yabancılaşarak, nesneleş-

tirdiği bedeniyle cezalandırıcı ve disipline edici bir ilişkiye girecektir (İnceoğlu ve Kar, 2010, s. 89). Hedeflenen düşmanlar “yakılacak”, “yok edilecek”, “temizlenecek” ve “arındırılacaktır”. Çok ince olan bedenlerde bile yumuşak, gevşek ve titrek kısımlara yer yoktur (Bordo, 2003, s. 185-190). Sağlığın incelikle, hastalığın şişmanlıkla üst üste bindiği bir normal-anormal sınıflandırmasında kadın bedenini sağlıklı hale getirmek, iyi görünmek ve iyi hissetmek için kendi bedenini incitmeli ve acı çekmelidir. Günümüzde güzellik kavramının içi endüstrilerin kârı yücelten politikaları nedeniyle sürekli yeniden ve yeniden doldurulmaktadır. Estetik ameliyatlar, diyet ve egzersiz programları yeni güzellik standartları oluşturmaktadır. Hatta zihinsel ve fiziksel sağlığın ancak daha iyi bir görüntüyle mümkün olabileceği de çeşitli medya araçları tarafından pompalanmakta (İnceoğlu ve Kar, 2010, s. 81) ve sağlık, iyilik, normallik gibi kavramlar güzellik kavramıyla iç içe girmektedir. Örneğin, gençlik olgunluk çağından daha sağlıklı olarak değerlendirilmektedir (Moore, 2014). Böylece genç görünmek de sağlık ve güzellikle iç içe girmekte ve kadını içinden çıkması güç bir kavram kargaşasıyla bırakmaktadır. Tabii ki bu iyi hissedip güzel görünme haline ulaşmanın yolları mevcuttur ve ‘doğru uzman’ların yani bilgi-iktidar mekanizmalarının rehberliğinde uygun tüketimi yaparak gerçekleştirilmelidir. Vücut ‘doğru bir şekilde’ değiştirilerek dönüştürülecek ve güzelleştirilecektir. Güzel olmanın karşıtı artık sadece çirkin olmak değil; aynı zamanda sağlıklı olmama, iyi hissetmeme, belirli bir ahlakın sahibi olmama (bedenine gereken özeni göstermeyerek sorumsuz olma gibi), yaşlı olma gibi anlamlandırma pratiklerine sahip olmaktadır. XIX. Yüzyılda korse ile sağlanan disiplinli bir bedenin sağladığı dışsal kontrol durumuna, bugün, bedenin öz yönetimi anlamına gelen yönetimsellik pratikleri olan diyet ve egzersiz ile ulaşılmaktadır. Dışsal ya da içsel kontrol sağlayarak ulaşılmaya çalışan bedensel ideal, bireysel projeler ve özgür kararlar gibi görünse de aslında endüstriler tarafından manipüle edilen bir süreçtir. (Bordo, 2003, s. 164).

Sağlık toplum üyelerinin sahip olması gereken bir standart olarak belirlendiği anda, tüketim kültürü derhal egzersiz ve diyetle elde edilen incelik idealini dolaşıma sokar. Sağlık ve fitness (egzersiz ve diyet) artık çoklukla birlikte anılan ve birbirinin yerine kullanılan kavramlardır. Her ikisi de bedene bakım, bedenin ulaşması istenilen durum ve beden sahibinin bu isteği gerçekleştirilmesi için izlemesi gereken bir yönetime yani bir rejime referans verir. Bu iki kavramı birbirinin yerine kullanmak yanıltır çünkü her ‘fitness’ rejimi herkesin sağlığı için iyi değildir ve birinin sağlıklı olmasını sağlayan rejim onu ‘fit’ hale getirmek zorunda değildir. Fitness ve sağlık iki farklı söylemdir ve farklı endişeleri ilgilendirirler (Bauman, 2000, s. 53-91).

Kadın fitness dergileri söylemlerini başarılı bir şekilde kurgulasalar da aynı şekilde kişisel özgürlüğe çok fazla alan tanımamaktadır. Aslında dergilerin temel söylemi okuyucunun her şeyden bağımsız bir şekilde kendini gerçekleştirmesi gerektiğidir ancak bu yolda dergisine ihtiyacı vardır çünkü bağımsızlık yolunda ona rehberlik edecek olan dergisi olacaktır. Böylece dergi kendisini bir ‘bilgi-iktidar mekanizması’ olarak kurmaktadır. Kişinin kendisi olması söz konusudur, ama

bunun için kendisi tarafından belirlenmemiş bazı kuralları izlemesi gerekmektedir (Giet, 2006, s. 71). Bütün kadın dergileri okuyucuya "hangisinin doğru olduğu kolayca sezilebilen çeşitli formlar önererek birtakım normların içselleştirilmesini sağlamakta" (Giet, 2006, s. 76) ve böylece üstü kapalı bir biçimde iktidar haline gelmektedir. Kadın kendini gerçekleştirme projesi esnasında kendisine 'dayatılan' satın alma eylemleri için minnet duymaktadır çünkü böylece ideal beden projesi için ilerleyebilecektir. Doktorlar, diyetisyenler ve uzmanlar da çoğunlukla güzelliğin kültürel standartlarını medya kanalları üzerinden ya da bireysel olarak, hastaların arzularını ve rekabetçi endüstrinin taleplerini etkileyerek bu geri dönüşüm çemberinin bir parçası olmaktadır (Moore, 2014, s. 139-170).

Ataerkil İlişkilerin Yeniden Üreticisi Olarak Fotoğraf

Anlam fotoğraflar üzerinden nasıl oluşturulur ve fotoğraf ataerkil ilişkileri yeniden üretme gücüne sahip olabilir mi? Duncan'a göre, ataerkil mekanizmalar, fotoğraf imgeleri kimlik farklılığını, dışının ötekilik durumunu, erkekliliği ve kadınlığı inşa edebilir (Duncan, 1990, s. 22-43). Aynı zamanda, fotoğraf etkili bir anlam taşıyıcısıdır çünkü doğal ve gerçek olanı yansıtırma gücü vardır. Fotoğraf gerçekçi bir enformasyon kaynağıdır (Barthes 1977; Berger 1999). Fakat görünürdeki gerçekçilik ve objektiviteye rağmen fotoğraflar imgelerin yansız sunumları değildir (Harrison, 2003). Özellikle ticari fotoğrafların maruz kaldığı yapay süreç ve toplumsal kullanımı onun gerçeğin yalnızca bir yorumlaması olmasını sağlar. Fotoğrafın gerçekçiliği onu belirli bir söylemin potansiyel taşıyıcısı haline getirir çünkü fotoğrafın mesajı karşındaki kişide doğal, objektif ve art niyetsiz olarak algılanır fakat aynı zamanda bazı faydalara diğerlerinden daha çok hizmet eder (Goffman, 1979, s. 84). Görsel imgeler 'bir gerçekliği sunma vaadiyle' var olurlar fakat aslında her biri sunulan toplumsal bir üründür. Çeşitli medya araçlarıyla sunulan ve bireylerin kendi inisiyatifiyle sosyal ağlar üzerinden paylaştıkları sonu gelmez beden imgeleleri; gerçek, fantezi, orijinal ve simülasyon arasındaki çizgileri belirsizleştirmektedir (Koskela, 2003, s. 292-313). Tüketim kültürü bireylerin kendi bedenlerine araçsal bir şekilde yaklaşmasını talep etmekte, 'her an görünebilecek olan' olası kusurları dikkatle inceleyip onlardan kurtulma yollarına sevk etmektedir. Böylece birey medya araçlarıyla sunulan beden idealine yaklaşacaktır (Featherstone, 2010, s. 193-221). Medyanın güttüğü çıkarlar, çoklu bilgi-iktidar mekanizmaları olarak çalışan uzmanların çıkarları; kadınları ve erkekleri tıbbi ya da kültürel ideallerle tabiiyet altına alan bedensel dönüşümleri desteklemektedir (Moore, 2014, s. 24-25).

İlk olarak, fotoğraf meta formunda olması nedeniyle ataerkil söylemi yeniden üretebilir. İzleyici sadece bakarak fotoğraf imgesini tüketebilir. Böylece fotoğraf tüketicie ataerkilliğe için bir iktidar pozisyonu, fotoğrafı her istediği zamanda tüketebilmesi bakımından bir kontrol duygusu sağlar. Kadınların fotoğrafik temsillerinin tüketimi –genellikle kadınların güçsüz, kırılgan olarak gösterildiği fotoğraflar- tüketicie belli bir iktidar pozisyonu sağlayabilir. Fotoğrafın söylemin bir taşıyıcısı olmasının ikinci bir sebebi izleyiciye fotoğraftaki özneyle kendisini eş tutma, benimseme imkânını tanımasıdır. Fotoğrafta gösterilen kişi güzel bir

kadınsa kişi kendisini o imgeyle eşleştirebilir ya da kendisini ona yaklaştırmaya çalışabilir (Duncan, 1990, s. 24). Üçüncü olarak, fotoğraf ataerkil söylemi dışı ve erkek bedenler arasındaki farklılığı vurgulayıp, abartarak güçlendirebilmektedir. Fotoğraflar sadece kadın ve erkek fotoğrafları yaratmaz, aynı zamanda dışı ve erkekler arasında farklılıkları da inşa eder; bu farklılıkların doğal ve gerçek olduğuna izleyiciyi ikna edebilme gücüne sahiptir.

Bir kişinin görünüşü onun toplumsal kimliği, içinde bulunduğu ruh hali, niyeti, onunla alakalı beklentilerle alakalı bilgi verir. Görünüş karşı tarafa bilgi veren bir fonksiyonu yerine getirir. Toplumsal cinsiyet, cinsiyetin kültürel bağlantıları üzerine kurulmuştur ve toplumsal cinsiyet görünümleri gelenekselleşmiş bu bağlantılara referans vermektedir. Kadın ve erkek toplumsal cinsiyetleri için kodlanan davranışsal biçimler mevcuttur ve toplumsal ortamlarda toplumsal cinsiyetlerine uygun olarak davranırlar (Goffman, 1979, s. 7-9). Toplumsal cinsiyet bizim 'değişmez doğa'mızın ne olduğunu ve bu 'değişmez doğa'nın nasıl ve nerede sergileneceği anlayışıdır. Kadın ve erkeğin hareket ve tavırlarında, duruşlarında, beden pozisyonlarında ve yüz ifadelerinde da göze çarpan bir toplumsal cinsiyet farkı vardır ve bu doğal olmaktan ziyade yaratılmış bir performanstır (Young, 1980, s. 137-156). Bu performans, tamamen doğalmış gibi aksettirilen fakat kendisi de bir performans olan fotografik imgeler üzerinden abartılarak, standartlaştırılarak, basitleştirilerek yeniden üretilmektedir (Goffman, 1979, s. 84).

Fotoğraf 1. Women's Health ve Men's Health Dergileri 2014-2018 Yılları Arası Erkek ve Kadın Kapak Modelleri Yüz İfadeleri



Fotografik imgeler de bu toplumsal cinsiyet ilişkilerini yeniden üretebilmekte, kadın ve erkek modelleri toplumsal cinsiyetlerine uygun olarak temsil etmektedirler. Goffman'a göre; bedeni ve başı dik ve sabit tutmak stereotipik olarak utanmazlık, üstünlük, küçümseme anlamını taşımakta ve reklam fotoğraflarında erkekler sıklıkla bu şekilde fotoğraflanmaktadır. Başın okuyucu ya da izleyicinin bakışından kaçınılmaksızın yana doğru eğilmesi; sevilme, tabiiyetin kabulü, itaatkârlık olarak okunabilmektedir ve kadınlar çoklukla başları yana eğik bir şekilde fotoğraflanmaktadır (Goffman, 1979, s. 46-47; Harrison, 2003). Gülümsemek, gülümseyen tarafın zararsızlığını dile getirmesinin sözsüz bir iletişim yoludur; yumuşatma/sakinleştirme olarak iş görür, gülümseyen tarafın olumlu olarak algılandığı ve kabul edildiği daha onaylandığı ve takdir edildiği anlamına gelmektedir. Daha aşağı pozisyondaki bireylerin daha üst statüdeki bireylere göre daha fazla gülümsemesi durumu (Young, 1980, s. 137-156) fotografik imgelerde de temsil edilmektedir. Bu ast-üst ilişkisi özellikler ticari fotoğraflarda kadınların erkeklerden daha fazla oranda gülümseyerek temsil edilmesiyle sonuçlanmaktadır (Goffman, 1979, s. 48-69).

Yüz ifadeleri de toplumsal cinsiyet farklılığını vurgulamak için kullanılabilir. Duncan'ın spor fotoğraflarını incelediği çalışmasında cinsel farklılığın belirli duruşlara yerleştirildiğini fark etmiştir. Kadınların kamerayla göz teması kurarak, yana eğdikleri başları ve hafif araladıkları dudaklarıyla fotoğraflandıklarını belirtmiştir. Duncan, bu bedensel ipuçlarının sözsüz heteroseksüel cinsellik çağrıştırdığını ve pornografik öğeler taşıdığını belirtmiştir. Kadınların cinsel olarak uygunluğu simgeleyen bir "hadi gelsene bakışı"yla¹ fotoğraflandığının altını çizmiştir. Bu ifadeyi sıklıkla pornografik fotoğraflarda gördüğümüzü, çok nadir olarak erkek yüzlerinde rastladığımızı belirtmiştir (Duncan, 1990, s. 31). Cinsel farklılık belirli duruşlar üzerinden de inşa edilebilir; belli pozlar erkeklığı, bazıları ise kadınlığı sembolize edebilir. Bu çalışmada da ele alındığı üzere sağlık ve fitness tek bir vücut haline gelerek toplumsal cinsiyetlendirilmiş iktidar ilişkilerine eklenilebilir, görünmez hale gelebilir; okuyucuyu sağlıklı ve fit olmak fikri üzerinden toplumsal cinsiyet rollerine uygun belirli görüntüleri tekrar etmeye ikna edebilirler.

Kadınlar 'fiziksel olarak mükemmel', pasif, durağan ve sabit olarak fotografik temsillerde yer alırken, erkekler daha fazla şekilde aktif ya da bir aksiyonun içerisinde temsil edilmektedir (Duncan ve Brummet, 1993). Hareketin varlığı özneliği işaret etmektedir. Hareket, boy, geniş beden ve dik bir duruş çoklukla erkeksi olarak değerlendirilirken; hareketsizlik, kısa bir boy, küçük bir beden, atalet kadınlıkla ilişkilendirilmektedir. Erkekler hâkimiyet çağrıştıran duruşlarda fotoğraflanırken (fiziksel büyüklük, geniş bir beden, koruyan ve kollayan bir pozisyon), kadınlar tabiiyet içeren pozisyonlarda (kıyasla kısa bir boy, küçük bir beden, eğik bir beden) fotoğraflanmaktadır (Duncan, 1990, s. 34-37).

1 Bu kavram Margaret Carlisle Duncan tarafından 'come on gaze' olarak ifade edilmiş ve bu çalışma içerisinde 'hadigelsene bakışı' olarak ilk kez Türkçeleştirilmiştir.

Bu cinsel farklılık inşasının sebebi iktidardır, belirli beden pozisyonlarının, ifadelerinin sahip olduğu iktidar pozisyonlarına işaret etmektedir. Kadın ve erkek strectipleri arasındaki farklılıklar; roller, davranışlar, duruşlar, bakışlar, kıyafetler, erkek ve kadınlar arasındaki eşitlik ve eşitsizliğe işaret etmektedir. Bu toplumsal olarak oluşturulmuş farklılıklar iktidarı erkeğe sunarken, kadınlar için iktidar alanını kısıtlama meyli göstermektedir (Duncan, 1990, s. 25-26). Güçlü kadınların bedensel varlıkları medyanın bakışından tamamen silinmese de karmaşık bir dışlama politikasıyla bedenleri değersizleştirilmekte (Dworkin ve Wachs, 2009, s. 3-4) ve fiziksel başarılarından bahsedilmemektedir. Güçlü kadınlar, 'erkek gibi', 'lezbiyen' ya da 'aşırı' olarak nitelendirilerek damgalanmaktadır. Medya temsilieri, var olan kategorik erkek-kadın mitini (tüm erkek bedenleri tüm kadınların bedenlerinden büyük, güçlü ve kudretlidir) harekete geçiren kültürel mekanizmaları yeniden üretmektedir. En güçlü erkek, en güçlü kadından daha güçlü olabilir fakat bu tüm erkekler tüm kadınlardan daha güçlüdür sonucuna bizi ulaştırmaz. Bu Connell'in deyimiyle, ortalama bir farklılığı, kategorik bir farklılığa indirgemek anlamına gelmektedir (Connell, 2016, s. 129). Dişil ve erkek bedenlerin tecrübeleri belirli güç ilişkileri içerisinde şekillendirilmiş; medya araçları aracılığıyla da limitleri ve fırsatları belirlenmiştir.

Women's Health ve Men's Health Dergilerine Genel Bir Bakış

Women's Health ve Men's Health dergilerin küresel yayımcısı Amerikalı bir şirket olan RoyaleInc sağlık ve esenliği kendisine amaç edinerek çeşitli iletişim kanalı aracılığıyla (kitap, dergi, video, internet, e-ticaret, doğrudan tüketici odaklı) tüm dünyada 100 milyona yakın bir kitleye ulaşmaktadır (RodaleInc, 2017). Women's Health dergisi ilk kez Ekim 2015 yılında basılmış, Adweek tarafından 2016 yılının en iyi ilk 10 dergisi arasında gösterilmiştir. 32 milyonu bulan bir okur kitlesine sahip olan bu derginin; 53 ülkede 28 baskısı bulunmakta olup, en hızlı büyüyen dergilerden biridir. Men's Health dergisi ise, 65 ülkede 42 baskısıyla 60 milyon okuyucuya ulaşmakta olup, en büyük erkek dergisi markasıdır. Men's Health dergisi ilk kez 1987 yılında basılmıştır (RodaleInc, 2017). Derginin şablonu çok farklı kültürel bağlamlarda yeniden üretilebilmekte, ideal kadın ve erkek bedenini küresel hale getirmektedir. Women's Health dergisi Türkiye'de ilk kez Eylül 2008, Men's Health dergisi ise Ekim 2007 yılında Türkiye'deki yeni medya gruplarından Kalyon Grubu'na ait Turkuvaz yayın grubu tarafından basılmaktadır. Daha önce Çalık Grubu'na ait olan Turkuvaz yayın grubu 2013 yılında Kanyon Grup tarafından satın alınmıştır (mulksuzlestirme.org, 2017). Her iki derginin okur çoğunluğu metropoller ve Marmara ve Ege Bölgesi'nde ağırlık kazanmış olup, hedef kitlesi çalışan ve üniversite mezunu olarak belirtilmiştir (Group Medya, 2015).

Tüketim silsilesi içerisinde hem kadın hem de erkek bedenleri seyirlik hale gelmiştir. Men's Health dergisi de kaslı ve gösterişli bir üst beden sahibi olmak, erkek olmak ve sağlıklı olmak kavramlarını kendi fitness söylemi içerisinde birbiri içerisine dâhil etmektedir. Güçlü ve disiplinli olmak ve çok çalışmak derginin ele aldığı konuların ana fikrini oluşturmaktadır, çalışarak güçlü bir bedeni elde etmek

derginin muhafaza etmeye çalıştığı 'erkeklik imajını' muhafaza etmekte ve kadın-sılaşmanın önüne geçmektedir. Nitekim bedeni güzelleştirme adı altında yapılan eylemlere ya da satın alınan ürünlere Men's Health dergisinde çok fazla yer verilmemektedir. Bunun yerine "çok çalışarak elde edilecek ideal beden"e ulaşırken erkeklere "destek olacak" sağlıklı olduğu tartışmalı besin desteği reklamlarına yer verilmektedir.

Men's Health dergisinin 'erkeksi bir sağlık dergisi olma' imajını korumak adına, güzellik, stil ve bakım gibi başlıklara ağırlık vermek yerine güçlülük, çok çalışma ve cinsellik etrafında geliştirilen bir fitness ve sağlık söylemi geliştirilmiştir. Bakım ve stil konuları ve buna yönelik olarak önerilen ürünler kısıtlı tutulmuştur. Women's Health dergisinin her sayısında bedenlerin dönüşümüne yönelik 'Başarı Hikâyeleri' öncesi-sonrası fotoğrafları verilerek ele alınmış; kendi öz gözetime ve disipline sevk eden panoptik bakış tetiklenerek kadın bedenlerine yönelik bir itiraf ve utanç söylemi geliştirilmiştir. Men's Health dergisinde dergi okuyucularını motive eden ve cesaretlendiren bir kılavuz konumundaki dergi, okuyucularına bu başlıkta bir bölüm sunmamaktadır. Bedenin aşırılıklarını itiraf eden, kesintisiz bir beden gözetimi ve bakımı içerisindeki beden; dişil bedendir.

Women's Health ve Men's Health Dergileri Kapak Fotoğraflarının Gösterge bilimsel Analizi

Bu bölümde, Goffman (1979), Duncan (1990) ve Young (1980) çalışmalarını teorik bir rehber olarak kullanılarak kapak sayfalarındaki fotoğraf imgelerinde toplumsal olarak cinsiyetlendirilmiş iktidar ilişkileri analiz edilmiştir. Men's Health ve Women's Health dergisi kapak modelleri başlarının pozisyonlarına, beden pozisyonlarına, yüz ifadelerine, ellerinin pozisyonlarına ve bir aktivite içerisinde olup olmadıklarına bakılarak sınıflandırılmıştır. Bu çalışmaya göre, hâkimiyet ve tabiiyet durumu bedenin sözsüz iletişimi üzerinden aktarılabilmekte, kişinin toplumdaki statüsünün belirleyeni olabilmektedir. Medya araçları üzerinden üretilen fotografik imgelerin beden dilini analiz etmek, toplumsal olarak cinsiyetlendirilmiş bedenleri yeniden üreten kültürel pratikleri anlamak açısından önemlidir (Goffman, 1979). Foucault'un bahsettiği bireyin kendi kendisini disipline etmesini sağlayan 'panoptikbakış'ın toplumdaki her beden için geçerli olduğu ve bireylerin beden sunumlarıyla kendi kendilerinin ahlak ve sağlık bekçileri haline gelmesi durumunun erkekler için de geçerli olabileceği; ancak bu yapılırken dergi bilgi-iktidar mekanizması konumunda, anahtar farklılıkların sabit tutup, erkek bedeninin ayrıcalıklarının muhafaza etmesi bu çalışmanın merkezi bulgularındandır. Toplumsal olarak cinsiyetlendirilmiş fotografik sunumlar, 'sağlıklı ve normal olan'ın göstereni olarak ön plana çıkarılmakta ve toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri görünmez hale getirilmektedir. Kadınlar için ince ve zayıf, erkekler için kaslı ve heybetli bedenler sağlıklı olmakta, sağlığın kendisi anlamı muğlak bir kavram olan 'fitness'a indirgenmektedir.

Aşağıdaki tabloda Nisan 2014 ve Aralık 2018 tarihleri arasında basılan Wo-

men's Health ve Men's Health dergilerinin kapak modelleri beden dili analizine tabi tutularak, toplumsal cinsiyetler arasındaki hâkimiyet ve tabiiyet ilişkileri açığa çıkarılmıştır:

Tablo 1. Women's Health ve Men's Health Dergileri Kapak Modelleri Beden Dili Analizi Nisan 2014- Aralık 2018

	Kadın Modeller	Erkek Modeller
Baş Pozisyonu		
• Baş Dik	26 %46	45 %79
• Baş Eğik	24 %42	4 %7
• Diğer	7 %12	8 %14
Toplam	57 %100	57 %100
Üst Beden Pozisyonu		
• Üst Beden Düz	16 %28	30 %53
• Üst Beden sağa/sola açılı	9 %16	22 %39
• Üst Beden Kavisli	29 %51	2 %3
• Diğer	3 %5	3 %5
Toplam	57 %100	57 %100
Alt Beden Pozisyonu		
• Kalça Düz	12 %21	29 %51
• Kalça Çıkık	38 %67	0
• Kalça yalnızca sağa/sola açılı	4 %7	25 %44
• Diğer	3 %5	3 %5
Toplam	57 %100	57 %100
Yüz İfadesi		
• Ciddiyet	2 %4	47 %82
• Gülümseme	55 %96	10 %18
Toplam	57 %100	57 %100
Beden Hareketi		
• Aktif	0	4 %7
• Aktivite ima ediyor	49 %86	18 %32
• Pasif	8 %14	35 %61
Toplam	57 %100	57 %100

Ellerin Pozisyonu		
• Eller yanda	7 %13	30 %53
• Eller/El Başta	11 %19	1 %2
• Eller/El cepte	3 %5	5 %9
• Eller/El kalçada	15 %26	2 %3
• Bir el kalçada bir el başta	9 %16	1 %2
• Diğer	12 %21	18 %31
Toplam	57 %100	57 %100

Elbette neoliberal politikalar kadın bedenine daha çok uyum sağlamıştır, çünkü kadın bedeni tarih boyunca hep bir kontrol alanı olmuştur (Bourdieu, 2001; Bordo, 2003; Riessman, 2010; Bartky, 2010). Görünüşün öne çıkarılıp, erkek kimliğine eklenmesi, erkek bedenlerinin de metalaştırılması ve belirli bir 'ideal' görünüşü elde etmek için erkeklerin de tüketim yapması durumu erkek bedenleri için yenidir. Böylece bu çalışmayla sadece toplumsal cinsiyet farklılıklarının sebebinin ikili karşıtlıklara dayandırmak yerine, neoliberal pazar politikalarının içerisinde nasıl birbirlerine yakınsadıklarını ve nasıl yeniden kurulduklarını ortaya çıkartılmıştır.

Bu çalışmada ele alınan kadın kapak modellerinden %46'sı başlarını dik bir şekilde poz verirken, erkek kapak modellerinin %79'u aynı şekilde poz vermiştir. Erkek modellerin %7 gibi bir oranla başlarını eğerek poz verdikleri gözlenirken, kadın modeller %42 oranında başlarını eğerek poz vermişlerdir. Eğik bir baş, dik bir başa göre daha uysal çağrışımlar yapmaktadır. Başı dik tutarak poz vermek daha az itaatkâr ve üstünlük kurmaya çalışan bir tutumu çağrıştırmaktadır (Goffman, 1979, s. 40-46). Yana eğik bir başla verilen pozlar izleyiciyle direkt bir iletişim kurma ifadesi ve provokatif anlamlar çağrıştırmakla birlikte, erkekler de çok daha az bir oranda da olsa direkt kameraya bakarak izleyiciyle iletişim kurmaktadır, bu da erkek bedenlerinin de nesneleştirilerek tüketilmeye başladığının bir göstergesidir. Fakat bu iletişim çoğunlukla dik tutulan bir başla desteklenmekte ve üstünlük çağrışımları yapmaktadır.

Women's Health dergisinde vücudun diz bölümüne kadar fotografik temsillerine rastlanmaktadır fakat Men's Health dergisinde alt bedeni pek göremediğimiz genelde üst beden odaklı fotoğraflar, çoğunlukla da üstsüz modeller kullanılmıştır. Fotografik temsillerde erkek modeller bedenlerini %51 oranla düz bir şekilde kullanırken, kadın modeller %28 oranında bedenlerini düz ve sabit tutarak kullanmışlardır. Erkek modeller bedenlerini sadece sağa sola açılı bir şekilde döndürerek kollarını öne çıkartmışlardır (%39). Kadın modeller bedenlerini sağa sola açılı bir şekilde döndürürken (%16) çok daha yüksek bir oranda (%51) kıvrımları ve göğüsleri öne çıkartacak şekilde kavislendirmişlerdir. Erkeklerde hiç kavislendirilen üst beden pozisyonuna rastlanmamaktadır. Dik tutulan bir üst beden kamerasına doğru kavislendirilmiş ya da eğik bir bedene göre daha az itaatkâr çağrışımlar

taşımakta (Goffman, 1979; Dworkin ve Wachs, 2009, s. 80) aynı zamanda kavislendirilen bir beden provakatif anlamlar taşıyabilmektedir. Women's Health dergisi bir kadın dergisi ve kadınlara yönelik bir dergi olmasına rağmen, 'erkek bakış'ına yönelik fotografik imgeler içerebilmektedir. Çünkü Berger'in deyimiyle kadınlar kendi bedenlerine hem seyircidir, hem de gösterinin kendisidirler (Berger, 1999, s. 47). Erkek bakışı üzerinden kendisini şekillendiren kadın beden imgesi, kapak modelleri aracılığıyla yine erkek bakışı doğrultusunda içselleştirilebilmektedir.

Kadın ve erkek modellerin alt beden pozisyonlarını karşılaştırdığımızda erkek modeller %51 oranında kalçalarını sabit tutarak poz verirken, kadınlar %21 oranında aynı şekilde poz vermişlerdir. Kalçayı dışarıya doğru kavislendirerek öne çıkartma ve belirginleştirme hareketi erkek modellerde hiç görülmezken, kadın modeller arasında %67 oranında saptanmıştır. Erkekler yine üst bedenleri ve kollarını öne çıkarmak amacıyla üst bedenlerini sağa ya da sola doğru döndürerek ve kalçalarını hiç kavislendirmeden (%44) yalnızca bedenlerini çevirmişlerdir. Kalçayı dışarıya doğru çıkartma hareketi kışkırtıcı bir poz olup izleyiciyi memnun etmeye yöneliktir (Goffman, 1979, s. 40-50). Arzu ve kırılgnlığı çağrıştıran, dişillığe atfedilen bir pozdur (Dworkin ve Wachs, 2009, s. 142). Burada fotografik imgelerin beden farklılıklarını 'abartarak' ve 'standartlaştırarak' toplumsal cinsiyet farklılıklarının yeniden üretildiğini görmekteyiz.

Fotoğraf 2. Women's Health ve Men's Health Dergileri 2014-2016 Yılları Arası Kapak Sayfaları Örnekleri



Erkek ve kadın modellerin kapak sayfalarındaki yüz ifadeleri incelendiğinde kadın modellerin %96 oranında gülerken ya da gülümserken fotoğraflandıkları, erkek modellerin ise %18 oranında güldükleri ya da gülümsedikleri saptanmıştır. Erkek modeller %82 oranla ciddi bir yüz ifadesiyle kameraya bakmaktadır. Araştırmalara göre gülümsemek zararsız ve uzlaşımçı bir ifadeyi temsil etmektedir (Goffman, 1979, s. 48). Ayrıca yüz ifadeleri statü belirtmektedir, yüksek statüdeki bireyler, düşük statüdeki bireylere göre daha az gülümseme eğiliminde olurlar (Young, 1980, s. 137-156). Kadın ve erkek olarak ikili karşıtlıklar üzerinden temellenen toplumsal cinsiyet kavramı, ast-üst ilişkisini çağrıştıran bir noktaya da evrilebilmektedir. (Bartky, 2010)

Kapak modellerinin aktif, pasif ya da aktivite ima eden bir pozisyonda olması şu şekilde ele alınmıştır: Aktif bir poz gösterilen modelin bir sağlık ya da fitness aktivitesi esnasında gösterilmesi anlamındadır. Aksiyon çağrıştıran pozlar modellerin bir spor aletini tuttuğu, sporunu yeni bitirmiş gibi poz verdiği fotoğraflardır. Pasif pozlar ise modelin sadece kameraya bakarak poz verdiği fotoğraflardır. Kadın kapak modelleri %86 oranında pasif bir şekilde fotoğraflanırken, erkekler %61 oranında pasif bir şekilde fotoğraflanmıştır. Kadın modeller, söz konusu bir fitness dergisi olmasına rağmen, aktivite içeren hiçbir bağlamda fotoğraflanmamıştır. Erkekler ise %7 oranında aktif, %32 oranında aktivite içeren bağlamlarda fotoğraflanmışlardır. Kadın modellerin pozları yalnızca %14 oranında aktivite ima etmektedir. Kapak fotoğraflarında erkek modeller çoğunlukla bir aksiyon içerisinde ya da spor yapıp, spor aletlerini kullanırken; kadınlar çoğunlukla bakılan bir nesne olarak temsil edilmektedir. Buradan çıkarılacak sonuç benliğin nesne olarak temsil edilmesinin hem kadın hem erkek toplumsal cinsiyetleri için yaygın hale gelmesidir. Fakat erkek modeller de nesneleştiriliyor olmasına rağmen, kadın modellerden oldukça yüksek bir oranda birer özne olarak temsil edildikleri de bir gerçektir. Bu durum erkekleri hareketle ve öznelikle, kadınları da pasiflikle ve nesne olmakla eşleştiren kategorik toplumsal cinsiyet rollerini yeniden üretmektedir. Kapak fotoğraflarında eller genellikle nesne pozisyonu ile ilişkilendirilmekte, belirli beden bölümlerini öne çıkartmak için kullanılmaktadır. Kadınlar erkeklerden daha fazla olarak ellerine ağırlık vererek fotoğraflanmaktadırlar (Goffman, 1979, s. 60-68). Kadın modeller çoğunlukla eller başta (%19) ve eller kalçada (%26) olarak fotoğraflanmıştır. Ellerin başta olması izleyiciye yönelik modelin nesneleştirici bir pozken, modelin kendisine dokunması bedeninin narin ve kırılğan olduğunu öne çıkarmak istemesiyle ilişkilendirilebilir (Goffman, 1979: 29). Erkek modeller %2 oranında tek el başta tek el yanda olarak poz verirken, kadın modeller bu poz %16 oranında kullanmışlardır. Erkekler en yüksek oranda elleri yanda olarak (%53) fotoğraflanmışlardır. Kadın modellerin ellerini kalçalarına koyarak verdikleri pozun erkeksi çeşitlemesi erkeklerin ellerini ceplerine tuttıkları fotoğraflar (%9) olarak kabul edilebilir. Burada her iki toplumsal cinsiyet için nesneleştirme ve vücudun belli bölümlerini izleyicinin dikkatine sunma durumu mevcuttur. Dişil ve erkek bedenlere egemen söylem içerisinde hem aynı hem farklı şekilde ifade edilmektedir.

Tüketim toplumunda tüm bedenlerin nesneleştirilmesi durumunu açıklamak için Frigga Haug'un öne sürdüğü 'nesne olmanın özneleştirici yönleri'²kavramından bahsetmek değerlidir (Haug, 1999). Haug bu kavramla, kadının kimliği, özneliği ve bedeninin nesneleştirilmesinden duyabileceği hazzı ele almıştır. Haug bir takım kültürel materyalleri (gazete, makale, sanat ve film) ve kadınların kendi hikâyelerini "beden projesi" adı altında analiz etmiştir. Bu çalışmayla, dişil cinselliğinin nesneleştirilmesi yoluyla kadının öznellik kazanabilmesinin mümkün olduğunun altını çizmiştir. Ona göre kadınlara medya imgelerinin, metinlerinin ve kültürel normlarının zorla 'bir şey yaptığı' varsayılmaktadır. Haug'un çalışması nesneleşme sürecinden bir özneliğin yaratılabileceğini ortaya çıkartma amacı gütmektedir. Örneğin kalçayı çıkartmak çatışmalı anlamlara sahiptir. Bir yandan güce işaret edebilirken diğer yandan heteroseksüel arzuyu ve kırılğanlığın toplumsal cinsiyetlendirilmiş normlarını temsil edebilmektedir. Benliği bir nesne olarak kurmanın keyif verici, güçlendirici, kullanışlı olabileceğinin altını çizen Haug'un bu çalışması, kimliklerin pazarlık edilebilecek ve yeniden kurulabilecek olduğunu anlamak açısından değerlidir. Fakat "nesne olmanın özneleştirici yönleri"nden faydalanan beden, derginin buyruklarını izleyen ve başka kadın bedenlerinden daha ayrıcalıklı konumda bulunan kadın bedenleridir. Buna göre kadının alabileceği iktidar pozisyonu ve öznellik deneyimi derginin belirlediği kültürel ideallere ne kadar yaklaştığına bağlıdır.

Artık erkekler de tıpkı kadınlar gibi, pür öznel ve bütüncül bir kategori olarak algılanmamakta ve nesneleştirme sürecinden geçmektedirler. Tarihsel olarak hep özne ve norm olarak kurulan erkek bedeni; post endüstriyel devirde, tıpkı kadın bedenleri gibi, nesneleştirilmekte, risk ve belirsizliklere tabii olabilmekte, 'eksik' bulunabilmektedir. Erkekler ideal ve norm olarak kabul edilirken kadın bedenleri bir 'eksik' etrafında kurulmaktaydı. Artık eksikliği tamamlamak için belirli mal ve hizmetleri tüketmesi gereken, belirli şekillerde davranması ve bedenini öz gözetime tabii tutması gereken yalnızca kadınlar değildir. Görünüş hassasiyetleri ve endişeleri bakımından kadın ve erkek toplumsal cinsiyetleri birbirine yaklaşmaktadır. Örneğin, tüketim kültüründe yağ fazlası, öz gözetim hem kadın hem erkekleri için geçerli bir 'sağlıksızlık' sorunudur. Fakat temel amaçlar yakınsa da kadın ve erkek bedenlerinin birbirinden tamamen farklı olduğu düşüncesi de farklı şekillerde normalize edilmekte ve doğallaştırılmaktadır (Dworkin ve Wachs, 2009, s. 62-63). Örneğin, beden boyutu ve fiziksel farklılıklar abartılmakta ve standartlaştırılmaktadır. Fitness ve sağlık söylemi içerisinde erkekler de nesneleştirilirken aynı zamanda kendilerine hala özneliğin güçlü formları sunulmakta, hegemonik erkeklik yeniden üretilmektedir. Erkeğin gücü ve ayrıcalığı muhafaza edilmekte, erkeğin fiziksel hâkimiyeti/üstünlüğü söylemine eklenmektedir. Fakat aynı zamanda hem kadın hem erkek modeller benliğin bir obje olarak gerçekleştirilmesini temsil etmekte ve bilinçli bir gösteri sunmaktadırlar.

2 Kavramın orijinali 'subjective aspects within being an object' olup, çalışma içerisinde 'nesne olmanın özneleştirici yönleri' şeklinde ilk kez Türkçeleştirilerek kullanılmıştır.

Women's Health ve Men's Health Dergileri Ana Başlıkları Analizi

Nisan 2014-Aralık 2018 tarihleri arasında söz konusu dergilerin kapak fotoğraflarıyla birlikte yer alan dergi ana başlıkları Dworkin ve Wachs (2009)'ın çalışmasında kullanmış olduğu içerik ve metin analizine tabii tutularak tematik olarak kodlandığında, Men's Health dergisinde için "güç", "boyut", "kaslılık", "sportiflik" gibi tekrarlar öne çıkarken; Women's Health dergisinde "değişim", "yenilik", "incelik", "forma girme" gibi tekrarlar öne çıkmaktadır. Men's Health dergisinde tüm kapak fotoğraflarındaki modeller üst bedenlerine odaklı bir şekilde fotoğraflanmış; karın kasları, kol kasları, omuzları göğüs kasları ön plana çıkartılıp abartılan, heybetli, üstsüz modeller tercih edilmiştir. Erkeğin göstereni üst beden haline gelmiştir. Kadın modellerde ise çıplaklık hem üst hem alt bedene yayılmış, fakat daha çok alt bedenin inceliğini ve küçüklüğünü vurgulayan pozlar tercih edilmiştir. Batı kültüründe kadın alt bedeniyle ve üreme organlarıyla ilişkilendirilmiş bu nedenle fiziksel olarak daha az yetkin ve daha az rasyonel olarak damgalanmıştır. Erkekler ile üst bedenleriyle, akılla ilişkilendirilmiş ve rasyonel addedilerek yüceltilmiştir. Kadın ve erkek bedenlerinin belirli tüketim pratikleri birbirine yakınsa da kadın ve erkeğin farklı olduğu düşüncesi bir takım geleneksel kültürel pratikleri anımsatacak şekilde yeniden üretilmektedir. Bedensel boyutun kadın ve erkeğin özünden kaynaklı bir nedenle farklı olduğuna yönelik anlayış normalleştirilmektedir. Derginin hitap ettiği kadın ve erkek izleyicilere yönelik neredeyse tüm içeriklerde temel endişe yağlardan kurtulmak olsa da erkekler daha kaslı olmaya çalışmakta kadınlar ise bedenlerinin boyutunu küçültmeye çalışmaktadır. Böylece toplumsal cinsiyetlere yönelik temel bir ayırım yeniden kurulmaktadır.

Biyolojik olarak ve toplumsal kabullerle de desteklenen bir şekilde erkeklerin üst bedenleri, kadınlarınsa alt bedenleri ortalama olarak daha güçlüdür. Kadınların alt bedenlerine yönelik uyarılar ve beden kısıtlamaları kadınların fiziksel gücünün kültürel olarak değersizleştirilmesi anlamına gelmektedir. Erkeklerin üst bedenle ilişkilendirilmeleri ve üst bedenin gücün kaynağı ve merkezi olduğu vurgusu erkek formunun daha ayrıcalıklı ve ideal bir form anlayışını körüklemektedir (Bordo, 2003; Dworkin ve Wachs, 2009; Bartky, 2010).

Kapak sayfalarında yer alan başlıklarda kadın ve erkek bedenine yönelik dil farklılaşmaktadır. Women's Health dergisinde "Belini incelt & Yağlardan Kurtul" (Mayıs 2014), "Direnen Kilolara Veda Et" (Temmuz 2014), "Basen Eriten Diyet" (Şubat 2015), "Gerçek Bir Değişim Yaratan Egzersiz Programı ile Yağları Yak" (Mart 2016), "Yeni Bir Sen!" (Nisan 2016), "Kendinin en iyi versiyonu ol" (Mayıs, 2017) gibi başlıklarla kadınlara yeni bir görünüş vaadine ve kadınların belirli beden kısımlarının (özellikle alt beden) kusur ve problem olarak ele alınmasına, bedene yabancılaşarak, bazı kısımlarını yok ederek bedeni dönüştürme/değiştirme söyleminin öne çıkarılmasına kapak sayfalarındaki başlıklarda sıklıkla rastlanmaktadır. "Eritmek", "Kurtulmak", "Yok etmek", "Veda etmek" gibi fiiller tekrar eden kadın fitness ve sağlık buyruklarındandır. Men's Health Dergisi'nde "Pratik sporcu tarifleri: 5 dakikada Kaslarını besle" (Temmuz 2014), "Daha Geniş Kollar: 6 Haf-

tada 5 cm büyütün" (Ağustos 2014), "Kolay Yoldan Büyük Kollar" (Ekim 2013), "Pes Etmeyen Adamlar: Kaybederken Kazanmayı Öğren" (Nisan 2015), "3 Adımda Barfiks Ustası Ol" (Temmuz 2015), "Düz bir karın: Yağlarla HIIT ile Savaş" (Eylül 2016), "Çelik gibi İrade: Disiplinli Yaşama 20 Adım"(Mayıs, 2017), "Büyük Kaslar: 3 Haftada Sonuç Al" (Şubat, 2018) gibi başlıklarla üst bedene odaklanan ancak bunu yaparken erkeğin sportifliğini ve dolayısıyla aktifliğini ön plana çıkararak şekilde olumlu çağrışımları olan fiiller kullanılmıştır.

"Büyütmek", "Beslemek", "Pes etmemek", "Ustalaşmak", "Savaşmak" gibi fiillerle erkeğin özneliği, gücü, sportifliği, enerjiliği, bir aktiviteyle ilişkilendirilerek ön plana alınmaya çalışılmıştır. Nihai amaçlar her iki toplumsal cinsiyet için benzeşse de (yağlardan kurtulmak) buna yönlendiren buyruklar (fiiller) dahi toplumsal olarak cinsiyetlendirilmiştir. Kadın bedeninin kusurlu ya da problemlili olarak işaretlenmesi ve bu tarzda buyrukların ifade edilmesi; erkek bedenine yönelik egzersizlerin ise bir komutanın ya da bir futbol koçunun konuşacağı tarzda cesaretlendirici bir içeriğe sahip olması erkek bedenini ayrıcalıklandırmakta, kadın bedenini yine yetersizliğiyle baş başa bırakmaktadır. Erkek ve kadın bedenlerine yönelik pratikler yakınsadığında bile onları farklı olarak işaretleme ve farklılıkları yeniden tanımlama durumuyla karşılaşılmaktadır.

Kapak sayfalarında yer alan ana başlıklar incelendiğinde erkek toplumsal cinsiyetine yönelik aktivitelerin bir spor ya da atletik bir faaliyetle ilişkilendirildiği görülür. Yine kapak fotoğraflarındaki modellerin çoğunlukla sporcu ve atletler arasından seçildiği gözlemlenmektedir. "JiuJitsu: 3 Hareketle Rakibini Kilitle" (Haziran 2014), "MMA Sırları" (Ocak 2016), "Crossfit'le Hızla Forma Gir" (Şubat 2016), "Bench Press: Rekorunu 4 haftada 20 kg Arttır" (Haziran, 2017), "Cross Fit Fırtınası: Seviyeni Öğren" (Şubat, 2018) başlıklarında görüldüğü gibi farklı spor türleri hakkında erkek izleyiciler/okuyucular bilgilendirilmektedir. Women's Health dergisi kapak sayfalarında "Yoga ile Negatif Enerji'den arın, Forma Gir" (Temmuz 2014), "Yoga ve Pilates Karışımı Etkili Egzersiz Programı" (Mart 2016) gibi başlıklarla egzersize eşlik edebilecek stresten arındırıcı yoga ve pilatesten bahsedilmekte ancak başka herhangi bir spor dalıyla alakalı bir başlığa rastlanmamaktadır. Women's Health dergisi kapak modelleri çoğunlukla oyuncu ve modellerden oluşmaktadır. "Bedenim nasıl görünüyor" ve "Bedenim ne işe yarar" karşıtlıklarına hangi toplumsal cinsiyetlerin yerleştirildiğini tüm bu örnekler açık bir şekilde göstermektedir.

Sonuç

Toplumsal cinsiyete yönelik ekonomi politikaları yakınsasa da erkeklik ve kadınlık gibi kategorik yapılar sabit kalmaktadır. Kadın bedenlerinin söz konusu derginin buyruğunda kalarak özgürleşmesi(!), erkek bedenlerinin nesneleştirilmesinin erkek kimliğine eklenmesi neoliberal pazarın endişeleriyle uyum içerisinde. Neoliberal pazar buyrukları kadınlık ve erkeklik tanımlarını; erkek bedenlerinin giderek büyüüp, kadın bedenlerinin git gide küçülen bedensel ide-

alleri üzerinden yapmaktadır. Aynı zamanda bu ideale sağlık sorumluluğunu ve bir süper- değer haline gelen sağlığa ulaşmak için nasıl 'ayrıcılığını muhafaza ederek' tüketim yapılması gerektiğinin yollarını eklemektedir. Toplumsal cinsiyetlere yönelik politikalar kimi zaman yakınsasa ve kadın bedenlerinin 'özgürleşmesi' söylemini içerse de bedenlerin kadın ve erkek olarak kategorik bir şekilde farklılaştırılması sabit kalmaktadır: Büyük, küçük; kaslı, ince; geniş, dar; aktif, pasif bedenler...

Fitness (diyet ve egzersiz) dergileri gibi bireyi öz denetim ve kontrole sevk eden dergiler, itaatkâr bedenleri yönlendirmekte ve uygun öz yönetim pratiklerini 'seçmelerinde' bireylere yardımcı olmaktadır. Bu dergiler aynı zamanda risk söylemi üreterek, belirli ürünlerin tüketimine sevk eden risk yönetimi modelleri sunmaktadır. Fitness benliğinin metalaştırılmış inşasının bir ürünü olarak anlaşılmalı, bir sağlık mütalaası olarak değerlendirilmemelidir. Bu ürün, özgürleşmenin yegâne temsilcisiymiş gibi pazarlanmaktadır. Beden bir fetiş, bir sembol, izleyenler için bakılıp ahlaki olarak yargılanabilecek bir gösteren olmakta; bireyin benliğinin bir parçası olmaktan çıkmaktadır. Mal, hizmet ve sunum ritüelleriyle, her bir beden bitmek bilmeyen piyasa tanımlarının içine girmektedir. Böylesi bir ortamda tüketici kendi bedenini bir yabancı olarak işaretlemekte ve beden tüketim sayesinde pozisyonu ve kimliğin göstereni olarak yönetilmektedir. Bu durum neoliberal ekonomi politikalarıyla da uyum içerisindedir, kendi sağlığını koruyabilen aktif bireyler risk yönetimi stratejilerine yatırım yaparak bireysel sorumluluk olarak gönüllü bir şekilde hem kendi eylemlerini sınırlayabilmekte hem de bu sınırlamayı özgürleşmek olarak değerlendirerek neoliberal söylemi yeniden üretmektedirler (Blackman, 2010).

Fitness dergilerinde sağlığın toplumsal cinsiyetlendirilmiş bir beden idealiyle iç içe girmesi sağlığın kendisi mi, yoksa sağlığın kurgulanmış bir imgesi midir? Sağlıklı olma kültürü neoliberalizmin bir parçasıdır. Günümüzde sağlık hayattaki güzel her şeyi içine alan şemsiye bir metafor olarak bir süper değer haline gelmiştir. Toplumsal cinsiyet bu tarz dergiler üzerinden idealize edilmiş bir şekilde yeniden sunulmaktadır. Bu kadın ve erkek beden ideallerine içkin olan tüketim söylemi reklamlar, baskın kültürel eğilimler, modern sağlık ve fitness pratikleri ve fitness ideallerinin 'herkese seslenen' popüler varsayımları aracılığıyla bir yandan da bazı bedenleri dâhil ederken, bazılarını ise dışlamaktadır. Bir kere sağlıkla ilişkilendirilen toplumsal cinsiyet söylemi daha ikna edici olmakta, toplumsal cinsiyet bedene 'doğal' olarak kazanmakta sanki satın alma pratikleriyle kontrol edilip denetleniyormuş gibi algılanmamaktadır.

Kaynakça

Althusser, L. (1971). *Ideology and Ideological State Apparatuses*. L. Althusser içinde, *Leninand Philosophy and other Essays* (s. 127-186). New York: Monthly Review Press.

- Barthes, R. (1977). *Image, music, text*. New York: Hill&Wang.
- Bartky, S. L. (2010). Foucault Femininity and The Modernization of Patriarchal Power. R. Weitz içinde, *The Politics of Women's Bodies: Sexuality, Appearance and Behaviour* (s. 76-97). New York: Oxford University Press.
- Bauman, Z. (1998). On Postmodern Uses of Sex. *Theory, Culture, and Society*, 15(3-4).
- Bauman, Z. (2000). *Postmodernlik ve Hoşnutsuzlukları*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2001). *Parçalanmış Hayat Post modern Ahlak Denemeleri*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z., ve Lyon, D. (2013). *Akışkan Gözetim*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Berger, J. (1999). *Görme Biçimleri*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Berktaş, F. (2016). Tek Tanrılı Dinler Karşısında Kadın: Hristiyanlıkta ve İslamiyette Kadının Statüsüne Yönelik Karşılaştırmalı Bir Yaklaşım. İstanbul: Metis Yayınları.
- Blackman, L. (2010). "It's Down to You": Psychology, Magazine Culture and Governing Female Body. L. Reed, ve P. Saukko içinde, *Governing the female body: gender, health, and networks of power* (s. 19-39). Albany: State University of New York Press.
- Bordo, S. (2003). *Material Girl: The Effacement of Post modern Culture*. S. Bordo içinde, *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture and The Body* (s. 245-275). Berkeley, London, California: University of California Press.
- Bourdieu, P. (2001). *Masculine Domination*. California: Stanford University Press.
- Bruno, F. (2003). Types of Self-Surveillance: from abnormality to individuals 'at risk'. *Surveillance and Society*, 1(3), 272-291.
- Connell, R. W. (2016). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar Toplum Kişi ve Cinsel Politika*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çoban, B. (2011). *Kadife Karanlık II- Ayna Şövalyeleri*. İstanbul: Su Yayınları.
- Çubuklu, Y. (2004). *Toplumsalın Sınırında Beden*. İstanbul: Kanat Yayınları.
- Çubuklu, Y. (2006). *Bedenin Farklı Halleri*. İstanbul: Kanat Yayıncılık.
- Dinnerstein, M., Weitz, R. (1994, Güz). Jane Fonda, Barbara Bush and Other Aging Bodies : Femininity and the Limits of Resistance. *Feminist Issues*, 4-20.
- Duncan, M. C. (1990). Sports Photographs and Sexual Difference: Images of Women and Men in the 1984 and 1988 Olympic Games. *Sociology of Sport Journal*, 22-43.
- Duncan, M. C., Brummet, B. (1993). Liberal and Radical Sources of Female Empowerment in Sport Media. *Sociology of Sport Journal*(10), 57-72.
- Dworkin, S. L., Wachs, F. (2009). *Body Panic Gender, Health, and the Selling of*

- Fitness. New York and London: New York University Press.
- Featherstone, M. (1996). *Consumer Culture and Postmodernism*. New York: Sage Pub.
- Featherstone, M. (2010). *Body, Image and Affect in the Post Modern Culture*. *Body and Society*, 15(1), 193-221.
- Fiske, J. (1989). *Reading the popular*. Boston: Unwin Hyman.
- Giet, S. (2006). *Özgürleşin! Bu Bir Emirdir: Kadın ve Erkek Dergilerinde Beden*. İstanbul: Dharma Yayınları.
- Goffman, E. (1979). *Gender advertisements*. New York: Harper&Row.
- Group Medya. (2015). *Women's Health*: www.womenshealth.com.tr adresinden alındı
- Group Medya. (2015). *Men's Health*: www.menshealth.com.tr adresinden alındı
- Harrison, C. (2003). *Visual social semiotics: Understanding how still images make meaning*. *Technical Communication*, 50(1).
- Haug, F. (1999). *Female Sexualization: A Collective Work of Memory*. London: Verso Classics.
- İnceoğlu, Y., ve Kar, A. (2010). *Dişilik, Güzellik ve Şiddet Sarmalında; Kadın ve Bedeni*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- King, A. (2004). *The Prisoner Of Gender: Foucault and Discipling the Female Body*. *Journal Of International Women's Studies*, 5(2), 29-39.
- Martin, E. (1988). *Medical Metaphors of Women's Bodies: Menstruation and Menopause*. *Internatiol Journal of Health Services*, 18(2), 237-254.
- Moore, D. H. (2014). *Media and Rhetoric of Body Perfection*. Surrey: Ashgate.
- mulksuzlestirme.org. (2017). *Mülksüzleştirme Ağları*: <https://graphcommons.com/hubs/mulksuzlestirme> adresinden alındı
- Nazlı, A. (2006, Ocak- Nisan). *Modernite'nin Ötekisi: Kadın ve Bedeni*. *Kadın Çalışmaları Dergisi*, 10-15.
- Nazlı, A. (2015). *Kadın Bedeni ve Toplumsal İzdüşümleri: Sosyolojik bir bakış*. D. F. Alptekin içinde, *Kadın Bedeni ve İstismarı* (s. 33-55). İstanbul: Opsiyon Yayınları.
- Riessman, C. K. (2010). *Women and Medicalization: A New Perspective*. R. Weitz içinde, *The Politics of Women's Bodies* (s. 49-66). New York: Oxford University Press.
- Rodale Inc. (2017). *Rodale Inc*: www.rodale.com adresinden alındı
- Weitz, R. (2010). *The Politics of Women's Bodies, Sexuality, Appearance and Behaviour*. R. Weitz içinde, *The History of Women's Bodies* (s. 3-12). New York:

Oxford University Press.

Who Constitution. (2018, 12 17). <http://www.who.int/governance/en adresinden alindi>

Young, I. (1980). Throwing Like a Girl : A phenomenology of feminine body compartment motility and spatiality. *Human Studies*, 3(1), 137-156.