

Erkek Dergilerinde Sağlıklı Erkek Neden İdeal Erkektir? *Men's Health* Dergisi'nde Hegemonik Erkeklik ve Popüler Sağlık Söylemi

Yrd. Doç. Dr. İlker ERDOĞAN

erciyes üniversitesi, iletişim fakültesi
erdogani@erciyes.edu.tr

Özet

Erkeğin sağlığı söylemi ile ilgilenen araştırmalar, özellikle popüler medya temsillerinde, erkeklige ve erkeğin sağlığına ilişkin bazı varsayımları sorgulamakta, ağırlıklı olarak da hegemonik erkeklik ve sağlığa zararlı pratikler arasındaki bağlantılar üzerine odaklanmaktadır. Popüler bir medya alanı olarak erkek dergileri, sağlığın, mutluluğun, mükemmelleştirilebilir ya da mükemmel erkek bedeninin elde edilebilmesi amacıyla ve erkeğin sağlığını tehdit eden risklerin ortadan kaldırılabilmesi için alınması gereken önlemlere ilişkin çeşitli önerilerde bulunan bir söylem inşa etmektedir. Men's Health Dergisi, hegemonik erkeklik ve popüler sağlık söyleminin inşa edildiği bir medya alanını temsil etmektedir. Dergide, genellikle neo-liberal sağlık modelleri vurgulanmakta ve erkekler, hegemonik erkeklik söylemine uygun bağlantılarda ve 'mantıklı risk yönetimi' aracılığıyla kendi sağlığını koruyabilen aktif ve girişimci bireyler olarak sunulmaktadır. Bu çalışmada, kendi sağlığını korumak için istekli olan ve kendi sağlığı için sorumluluk alabilen sağlıklı erkeği inşa eden dergi metinleri incelenmiştir. Bu metinlerde yer alan önerilerin nedeni olarak gösterilen neo-liberal sağlık modellerini ortaya koyabilmek için Men's Health Dergisi'nin üç sayısı (Haziran-Temmuz-Ağustos 2012) –Türkiye baskıları–, eleştirel söylem çözümlenmesi aracılığıyla çözümlenmiştir. Çözümlenme sonucunda, derginin hem neo-liberal sağlık modellerine uygun olarak hem de olumsuz sağlık tutumları ve davranışları ile ilişkili bir hegemonik erkeklik biçimini yeniden üreterek sağlık önerilerinde bulunduğu belirlenmiştir.

anahtar kelimeler: erkek dergileri, *Men's Health* Dergisi, hegemonik erkeklik, popüler sağlık

Abstract

Why healthy male is ideal male in men's magazines? Hegemonic masculinity and popular health discourse in Men's Health magazine

Researches on men's health discourse, especially within popular media representations, have questioned some of the assumptions presented concerning masculinity and men's health, and have predominantly focused on the connections between hegemonic masculinity and unhealthy practices. Men's magazines as a popular media sphere, construct a discourse presenting advices about gathering health, well-being, perfectible or perfect male body and warning about threatening health risks. Men's Health magazine represent a media sphere where the discourse of hegemonic masculinity and popular health have been constructed. In this magazine, neo-liberal models of health are generally emphasized and men are presented as active and entrepreneurial individuals who are able to maintain their own health within contexts appropriate to discourse of hegemonic masculinity and through the 'rational management of risk'. In this study, texts in the magazines have been examined, which are representing healthy male who is willing to maintain his own health and able to take responsibility for his own health. Three issues of Men's Health magazine (June-July-August 2012) –Turkey editions– have been analyzed through critical discourse analysis in order to highlight the neo-liberal models of health which are represented as the grounds of the advices presented in the texts. Findings reveal that Men's Health has given health advices both promoting neo-liberal models of health and reproducing a type of hegemonic masculinity associated with negative health attitudes and behaviours.

keywords: *men's magazines, Men's Health magazine, hegemonic masculinity, popular health*

Résumé

Pourquoi un homme sain est un homme idéal dans des magazines pour homme? Masculinité hégémonique et discours de sante populaire dans le magazine *Men's Health*

*La recherche concernant le discours sur la santé de l'homme, particulièrement dans des représentations médiatiques populaires, a mis en question certaines des suppositions concernant la masculinité et la santé de l'homme et s'est principalement concentrée sur les rapports entre la masculinité hégémonique et les pratiques néfastes à la santé. Les magazines pour hommes, en tant qu'un espace médiatique populaire, tiennent un discours qui présente des conseils sur la santé, le bien-être et le corps masculin perfectible parfait ou tout en avertissant sur les risques menaçant la santé. Le magazine *Men's Health* représente un espace médiatique où est construit le discours sur la masculinité hégémonique et la santé populaire. Dans ce magazine, généralement les modèles néo-libéraux de santé sont soulignés et les hommes sont présentés comme des individus actifs et entrepreneuriaux qui sont capables de maintenir leur propre santé dans des contextes du discours de masculinité hégémonique et par 'la gestion rationale du risque'. Dans cette étude, des textes de magazine décrivant un homme sain qui a envie de maintenir sa propre santé et est capable de prendre la responsabilité pour sa propre santé ont été étudiés. Trois numéros du magazine *Men's Health* (Juin-Juillet-Août 2012) –édition Turquie– ont été analysés par l'analyse critique du discours, pour mettre en avant les modèles néo-libéraux de santé, considérés comme la cause des propositions données dans ces textes. Les résultats montrent que *Men's Health* a donné des conseils de santé à l'appui des modèles néo-libéraux de santé et en reproduisant un type de masculinité hégémonique associée aux comportements de santé négatifs.*

mots-clés: magazines pour homme, magazine *Men's Health*, masculinité hégémonique, santé populaire

Giriş

Erkeğin sağlığı (Courtenay 2000a, 2000b) ve erkeğin sağlığı söylemi hem akademik metinlerde hem de medya metinlerinde büyük bir ilgi görmekte ve pek çok çalışma erkeklik, erkeğin sağlığı özellikle de erkeklik krizi ile ilgilenen ve aynı zamanda, güçlü ve etkili olduğu kabul edilen (Seale 2002: ix-x) popüler medya temsillerine ilişkin bazı varsayımların geçerliliğini sorgulamaktadır (aktaran Gough 2006: 2476). Erkeklerin krizde (*zor durumda ya da kötü durumda*) olduğuna dair giderek artan bir görüş birliğinin bulunduğu gelişmiş Batı toplumlarında, özellikle, Büyük Britanya'da ve Amerika Birleşik Devletleri'nde, erkeklerin kadınlardan daha önce ölmesinin, tehlikeli ve yaşamı tehdit eden hastalıklardan acı çekme olasılıklarının daha yüksek olmasının ve hastalandıklarında profesyonel yardım alma arayışına girme olasılıklarının daha düşük olmasının söz konusu krizi şiddetlendirdiği (aktaran Gannon vd. 2004: 1169) görülmektedir. Bu bağlamda, erkeğin sağlığı, genellikle şu varsayımlar ile ilişkilendirilmektedir (Gough 2006: 2477): "*Erkekler, çeşitli sağlık sorunlarına karşı savunmasız oldukları ya da kendi sağlığını korumak amacıyla ya çok az şey yaptıkları ya da hiçbir şey yapmadıkları için erkeğin sağlığı krizdedir, bir başka ifadeyle, tehdit altındadır ve erkeğin sağlığının kötü olmasının sorumlusu erkekliktir*". Bütün bunların ötesinde medya metinlerinin, bireyin kendi sağlığını yönetmesine katkı sağlama noktasında önemli bir yere sahip olduğu varsayılmakta (Seale 2002: 1) ve popüler medyada, özellikle de sağlığı korumak ya da geliştirmek için erkeklere sağlığa ilişkin mesajların iletilmesinde önemli bir rol oynayan (aktaran Clements ve vd. 2006: 278) erkek dergilerinde, bir sorunsal olarak erkeğin sağlığının daha fazla tartışılması ve tasvir edilmesi, erkeğin sağlığına ilişkin çeşitli projelerle ilişkilendirilebilmektedir (Cameron ve Bernardes 1998: 675). Öyle ki popüler medyada, erkeklere ve erkeğin sağlığına gösterilen ilginin ve aynı zamanda, erkeklere ve erkeğin sağlığına ilişkin içeriğin, bireysel sorumluluk olarak *risk yönetiminin bireyselleştirilmesini* destekleyen daha geniş neo-liberal sağlık modellerinin bir göstergesi olduğu öne sürülmektedir. Çünkü neo-liberalizm bireyin, sağlığını ve mutluluğunu sürdürmek için giderek artan bir şekilde, bireysel sorumluluk olarak *risk yönetimi stratejilerine* yatırım yapmasını gerektirmektedir (aktaran Crawshaw 2007: 1609). Bu bağlamda, sağlık konularındaki ya da sorunlarındaki bireysel sorumluluk hem kişisel özgürlüğü ve denetimi destekleyen, hem de bireysel eylemleri sınırlayabilen kültürel ve yapısal faktörleri daha az önemli gösteren Batılı bir neo-liberal söylem tarafından belirlenmektedir (aktaran Sloan vd. 2009: 799). Aslında, erkeklik çalışmalarının kültürel bir perspektif ile gerçekleştirilmesinin daha özgürleştirici ve eleştirel tartışmalara ortam sağlayabildiği görüşü, erkek ve erkeklik ile ilgili olarak her kültürün kendi düşünce temalarına sahip olduğu varsayımına dayanmaktadır ve dolayısıyla, kültürel tüketim araçlarına bakmak, değişik kültürlerin erkeği ve erkekliği nasıl tanımladığını anlama olanağı sağlamaktadır (aktaran Alemdaroğlu ve Demirtaş 2004: 211).

Bu çalışmada, kültürel bir metin ve kültürel bir olgu olarak ele alınan erkek dergileri (Benwell 2003: 8) arasından *Men's Health* Dergisi'nin seçilmesinin

ve bu derginin çözümlenmesinin temel nedeni, derginin, erkekler ve erkeğin sağlığı (sağlık konuları ve sorunları) hakkında çeşitli bilgileri düzenleyen ve önerilerde bulunan kültürel bir metin olmasıdır (Crawshaw 2007: 1609). Ancak, bu çalışmada, iki önemli nedenle, dünyanın en büyük erkek dergisi sloganıyla yayımlanan *Men's Health* Dergisi, yerel kültürel bir perspektif ile değil, küresel bir perspektif ile çözümlenmektedir. Birincisi, bu çalışma, Connell'in (aktaran Boni 2002: 476), küresel medyanın hem hegemonik hem de küresel olarak kontrol ya da disiplin edilen tek bir erkeklik modelini temsil ettiğini öne sürdüğü ve *erkek bedeninin küreselleşmesi* şeklinde ortaya koymuş olduğu temel varsayımı benimsemektedir (Boni 2002: 465-466). İkincisi, bir erkek dergi markası olarak *Men's Health* Dergisi'nin küresel çapta yaygınlaşması, bu dergi şablonunun çok farklı kültürel bağlamlarda başarılı bir şekilde yeniden üretilebildiğini kanıtlamaktadır "*Men's Health Dergisi'nin uluslararası baskılarının her biri, Amerika Birleşik Devletleri merkezli Men's Health International'ın Genel Yayın Yönetmeni tarafından gerçekleştirilen bir editoryal tasarım şablonu ile uyumlu olmalıdır. Bu nedenle de baskıların her biri, çoğunlukla doğrudan doğruya orijinal Amerika Birleşik Devletleri baskısında yer alan içeriği ve görüntüleri yeniden ürettiği için aynı dergiymiş gibi görünmekte ve okunmaktadır*". (Newman 2005: 300). David Machin ve Theo van Leeuwen'in varsayımı da bunu desteklemektedir: "*Küresel medya kuruluşları, kısmen farklı değerlere ve bakış açlarına sahip insanlardan bahseden ve farklı şekillerde ortaya çıkan hikâyeleri anlatabilmektedir. Fakat insanların davranış biçimlerini, istedikleri şeyleri ve onları elde etme biçimlerini belirleyen temel yapısal nedenler aynı mantığı izlemektedir*" (2004: 118-119).

Erkek dergileri (uluslararası) alan yazınında, *Men's Health* Dergisini çözümleyen çok sayıda araştırmancının bulunduğu görülmektedir. Toerien ve Durrheim (2001: 35-54), Güney Afrika baskılarının söylem çözümlemesi yöntemi ile çözümlendiği çalışmalarında, 'gerçek erkeğin', maço ve yeni erkek söyleminin birlikte hareket ettiği bütünleştirilmiş bir erkeklik söylemini temsil ettiğini kanıtlamıştır. Boni (2002: 465-478), İtalya baskılarının çerçeveleme çözümlemesi yöntemi ile çözümlendiği çalışmasında, derginin, erkeklere öneriler sunarak, başarılı bir kategori olarak erkek bedeninin üretimine katkıda bulunduğunu ortaya koymuştur. Alexander (2003: 535-554), derginin nitel içerik çözümlemesi yöntemi ile çözümlendiği çalışmasında, dergideki 'markalaştırılmış erkeklik' biçiminin, moda bilgisine, finansal başarıya sahip ve kaslı erkeği inşa ettiğine işaret etmiştir. Stibbe (2004: 31-51), Amerika Birleşik Devletleri baskılarının eleştirel söylem çözümlemesi aracılığıyla çözümlendiği çalışmasında, 'et yemek, bira içmek ve çapkınlık yapmak' gibi çok fazla yüceltilen aktivitelerin ön plana çıkarıldığını ve derginin, olumsuz sağlık davranış ve tutumları ile ilişkilendirilmiş bir hegemonik erkeklik tipini yeniden ürettiğini öne sürmüştür. Labre (2005: 187-200) de, Amerika Birleşik Devletleri baskılarının nicel içerik çözümlemesi yöntemi ile çözümlendiği çalışmasında, derginin 'yağ yakmak ve vücut geliştirmek' gibi egemen temaları ön plana çıkardığını, yağ oranı düşük ve kaslı erkeklerin görüntülerine daha fazla yer verdiğini tespit etmiştir. Newman (2005: 299-313), Avustralya baskılarında yayımlanan okur mektuplarını incelediği ve derginin

editörü ile yapılan mülakatın değerlendirildiği çalışmasında, okur mektuplarının, Amerikan *Men's Health* markasının küreselleşmesine karşı yerel bir karşı çıkma biçimini nasıl ürettiğini ortaya koymuştur. Crawshaw (2007: 1606-1618) ise, İngiltere baskılarının eleştirel söylem çözümlemesi aracılığıyla çözümlendiği çalışmasında, derginin, neo-liberal sağlık yönetimi stratejilerini yansıttığını öne sürmüştür. Bu çalışma, popüler medyada sağlığa ilişkin dilbilimsel temsillerin, sağlığın denetlenmesi ya da kontrol edilmesi ile ilgili toplumsal ilgiyi gözler önüne serdiğini ve insanlar; sağlık ve hastalık hakkındaki yaklaşımlarını ve düşüncelerini söylemler aracılığıyla geliştirdikleri için sağlıkla ilgili medya metinlerinin çözümlenmesinin son derece önemli olduğunu (aktaran Gannon vd. 2004: 1170) kabul etmektedir. Bu çalışmanın orijinalliği ise, her iki söylem arasındaki kesişme noktasında inşa edilen *çelişkili söylemi* deşifre etmesi ve derginin, söylem inşa ederken kullandığı temel stratejiler ile sağlıklı erkeği idealleştirdiğini göstermesidir.

1. Men's Health Dergisi'nde Hegemonik Erkeklik ve Popüler Sağlık Söylemi

Erkek dergileri yeni bir olgu olmakla birlikte (Jackson vd. 2001: 1), *Men's Health* gibi sağlığa odaklanmış, sağlık konusunda uzmanlaşmış dergilerin ortaya çıkmasıyla birlikte, sağlık enformasyonu ve önerileri, çok yakın geçmişte, erkek dergilerindeki içeriğin temel bir özelliği olmuştur (Crawshaw 2007: 1607). Sağlık ve erkek (yaşam biçimi) dergilerinin ticari başarısının bir örneği olan *Men's Health* Dergisi (Newman 2004: 91) tematik olarak sağlığa ve formda olmaya ilişkin enformasyona odaklanmış (Newman 2004: 93), erkeklerin kendilerine nasıl bakmaları gerektiğini bilmediklerini ve bu konuda tamamen sorumsuz olduklarını varsaymış (Newman 2004: 93) ve dört söylemsel işleve (toplumsal, tıbbi, tüketici ve estetik) öncelik tanıyarak küreselleştirilmiş erkekliği desteklemiştir (Newman 2004: 95). Erkeklik, sağlık, tüketicilik ve beden arasındaki ilişkiye yönelik ilgi giderek artarken, pek çok çalışma, erkekliği ve erkek bedenini (Crawshaw ve Smith 2009: 263, 265) bir sağlık riski olarak değerlendirmeye devam etmektedir (aktaran Norman 2011: 432). Bu çalışmada da erkeklik ve erkek bedeni bir sağlık riski olarak değerlendirilmekte ve hegemonik erkeklik söylemi (toplumsal söylemsel işlev) ile popüler sağlık söylemine (tıbbi, tüketici ve estetik söylemsel işlev) odaklanılmaktadır.

1.1. Men's Health Dergisi'nde Hegemonik Erkeklik Söylemi

Erkeklerin krizde olduğunu öne süren ve toplumsal roller ile kültürel basamaklılara ilişkin açıklamalarda bulunan toplumsal kuramcılara göre, söz konusu krizin en önemli nedenlerinden biri hegemonik erkekliktir (aktaran Gannon vd. 2004: 1169) ve hegemonik erkeklik, erkeğin sağlığında olumsuz bir rol oynamaktadır (Connell 2005: 24). Hegemonik erkeklik ile ilgili düşünceler ve tutumlar; zayıflığın ve savunmasızlığın reddedilmesini, duygusal ve fiziksel denetlemeyi ya da kontrolü, herhangi bir yardıma ihtiyaç duyma halini reddetmeyi,

cinsel ilişkide sürekliliği, güçlülüğün ve sağlamlığın görüntüsünü, saldırgan davranış sergilemeyi ve fiziksel egemenliği göstermeyi kapsamaktadır (Courtenay 2000a: 1389). Hegemonik erkeklik ve özellikle de erkeklerin (hastalıklara karşı) dayanıklı olduklarına inanmaları, hastalıklara karşı risk altında oldukları fikrinden uzaklaşmalarına neden olmaktadır. Ancak, erkeklik; erkeğin, sağlığa ve hastalığa ilişkin deneyimleri ile ilgili önemli bir risk faktörü (yalnızca tıp biliminde bir risk faktörü değil, aynı zamanda, sağlık ve hastalık hakkında bilinç geliştirmek için belirli bir engel) olarak kavranabilmektedir (Cameron ve Bernardes 1998: 687). Araştırmacılar, erkeğin sağlık açısından daha güçsüz olan cinsiyeti temsil ettiğini öne sürmekte ve bunu hem bir toplumsal cinsiyet kimliği olarak erkeklığe hem de sağlığa ilişkin riskli davranış ve tutumlar sergileme ve koruyucu önerileri görmezden gelme noktasında erkeğin gönüllü oluşuna dayandırmaktadır. Bu nedenle, sağlıksız erkekler, riskli yaşam biçimleri geliştirmek gibi erkek kimliğini pekiştirme girişimlerinin bir sonucu olarak görülebilmektedir (aktaran Bunton ve Crawshaw 2002: 187). Cameron ve Bernardes'e (1998: 678-683) göre, erkekler; sağlık konusuna kadınlar kadar ilgi göstermemekte ve sorumluluk yüklenmemekte, erkeğin sağlığı hakkında çok az şey bilmekte, kendi sağlık sorunları hakkında sessiz kalmayı tercih etmekte, kendilerini gözlemlemekten kaçınmakta, prostat sorununu erkeklik için bir tehdit olarak görmekte, kontrolü kaybetme korkusu yaşamakta ve bedeni bir makine gibi görme eğilimi göstermektedir.

Men's Health Dergisi'nde, erkeğin davranış ve tutumları; iş yaşamında ya da heteroseksüel cinsel ilişkide başarılı olmak gibi evrensel isteklerin ve ihtiyaçların göstergesi olarak sunulmaktadır. Bu idealleri başarmak sağlığa zararlı davranış ve tutumların sergilenmesi anlamına gelebilmektedir. Ancak, sağlık ve sağlığın elde edilmesi ya da geliştirilmesi, erkeğin merkezi bir yönü olarak benimsendiği gibi, asıl erkek kimliğini reddetmeksizin uygun biçimlerde ölçülü hale de getirilebilmektedir. Bir başka ifadeyle, geleneksel kategorileri ortadan kaldırmayan, yeni ve daha sağlıklı bir erkek olmanın yolları ya da yöntemleri ortaya çıkmakta, ancak, dergi, bu yol ve yöntemlerden daha çok değişmeyen bir erkek kimliğinin gelişiminde görünür ve her zaman mevcut olan gerilimleri tanımlamak ve anlatmak için yararlı olmaktadır (Crawshaw 2007: 1608). Örneğin, Toerien ve Durrheim (2001: 35-54), *Men's Health* Dergisi'ni, söylem çözümlemesi yöntemi ile çözümledikleri çalışmalarında, erkeğin sağlığı söyleminden çok maço ve yeni erkeklikler şeklinde tanımlanabilecek olan çelişkili erkekliklere ve 'gerçek erkeğin' nasıl desteklendiğine odaklanmış ve erkekler için hegemonik erkeğin sürekli bir çekiciliği olduğunu ve hegemonik erkeğin, yeni erkekliklerin ve sağlığı koruyucu yaşam biçimlerinin aktif bir şekilde benimsenmesini engellediğini vurgulamıştır. Ancak, Alexander'a (2003: 540) göre, *Men's Health* Dergisi'nin başarısı, okurlarına, geleneksel erkek dergilerinde sunulan erkek(lik) görünümünden daha çekici bir görünüm sunmasından kaynaklanmakta ve dergi, toplumsal cinsiyet normlarının değiştiği bir çağda, kültürlü ve orta sınıf erkeklerin yüz yüze geldiği erkeklik sorunsalı açısından 21. yüzyılın bir tarihi eseri olarak hizmet etmektedir.

Özetle ifade etmek gerekirse, *Men's Health* Dergisi, hegemonik erkeklik ile ilgili olarak 'anormal bir tutum' sergilemektedir. Dergi, bir yandan hegemonik erkeklik ideallerini desteklerken, bir yandan da hegemonik erkekliğin, aşırı alkol tüketimi gibi olumsuz sağlık davranış ve tutumlarını gerektirdiğini ortaya koymaktadır (Stibbe 2004: 35). Ayrıca, sağlığı ile ilgilenen erkeklere özgü bir dergi pazarında beğenilmeyi amaçlayan bir ürün olarak *Men's Health* Dergisi, maddeleştirilmiş ya da şeyleştirilmiş erkeklerle ve evrensel bir kategori olarak erkeklikle ilgilenirken, eş zamanlı olarak, sağlığı ve mutluluğu elde etme çabasını teşvik etmektedir. Böylece, sağlıklı erkeğe ilişkin daha yeni erkek ontolojileri inşa edilmektedir (Crawshaw 2007: 1608). Daha değişken ve modern erkek kimlikleri içinde inşa edilen bu yeni erkek ontolojileri, daha sabit ve indirgemeci olan hegemonik erkeklik modellerine meydan okumaktadır. Dolayısıyla, *Men's Health* gibi erkek dergilerinde yer alan metinlerdeki erkeklikler, giderek artan bir şekilde, çoğulcu olmakta ve estetik (operasyonlar) gibi geleneksel olarak daha kadınsı ilgileri benimseyebilmektedir. Ancak *Men's Health* Dergisi, erkek ontolojilerinin merkezi bir yönü olarak sağlığı benimsemesine rağmen, ataerkil ve heteronormatif olan geleneksel ya da hegemonik erkeği benimsemeye ya da desteklemeye devam etmektedir (Crawshaw 2007: 1608). Hegemonik erkeklik söylemine başvuran *Men's Health* Dergisi, sağlığa ilişkin çok sayıda öneride bulunurken, sağlıklı ilişkilendirilmeyen ve çok sayıda olumsuz sağlık davranışı ya da tutumu sergileyen bir hegemonik erkeklik tipini (yeniden) üretmektedir.

1.2. Men's Health Dergisi'nde Popüler Sağlık Söylemi

Modern kültürlerde sağlığa, mutluluğa ve bedene ilişkin *popüler* söylem(ler)e sık rastlanmakta ve bu kültürlerde, bireyler, giderek artan bir şekilde hem sağlığa ilişkin önerilerin aktif tüketicileri hem de sağlığı geliştirerek, hastalıkla mücadele ederek ve aynı zamanda, toplumsal olarak uygun ve kabul edilebilir bir bedeni inşa ederek mutluluğunu sürdürme görevini üstlenmiş sorumlu bireyler olarak inşa edilmektedir (aktaran Crawshaw 2007: 1607). Bu bağlamda, *Men's Health* Dergisi'nin popüler sağlık söylemi, sıklıkla daha geleneksel ya da hegemonik erkekliklerdeki sağlıklı ilgilenme çelişkisini ortadan kaldırmak için hegemonik modellere yönelik ironik stratejiler kullanarak, merkezi değerler olan sağlığın ve mutluluğun elde edilmesini kapsayan erkek ontolojilerini ya da erkek olmanın yeni biçimlerini öne sürmektedir (Crawshaw 2007: 1616)., uzman dergi ile öneriye ihtiyaç duyan okur arasındaki belirgin farkı pekiştiren (Stevenson vd. 2000: 370) 'eğitici bir üslup' (Schirato 1999: 84) kullanmakta ve bu üslup da derginin otoritesini pekiştirmekte, ancak, derginin talimatları doğrultusunda okurun kendi sağlık ihtiyaçlarını gözlemleyebilmesi gerektiği noktasında ısrarcı davranarak, tıbbi uzmanlık alanının otoritesine meydan okumaktadır. Bu nedenle de, *Men's Health* Dergisi, erkekler için gerekli sağlık enformasyonunu açıklamayı birinci ve temel işlevi olarak görmektedir (Newman 2004: 96).

Men's Health Dergisi, ideal bireyin kendisini inşa ettiği ve sürekliliğe sahip bir proje için toplumsal bir teknoloji olarak biçimlendirilmekte ve tıbbi enformasyon,

söz konusu projeyi yönlendirmek için bir araç olarak çerçevelenmektedir. Ayrıca, tıbbi profesyoneller tarafından ortaya konulan uzman önerilerine duyulan ihtiyacın yerine kendisini koyduğunu iddia etmemesine rağmen, derginin, bir tıbbi otorite olarak çalıştığı ya da etkide bulunduğu görülmektedir (Newman 2004: 97). *Men's Health* Dergisi'nin metinlerinde, sağlık hem fiziksel hem de toplumsal bedeni kapsamanın dışında daha geniş bir alana yayılmaktadır. Mutluluğu sürdürme ve hastalığı önleme, başarının ve erkek kimliğinin bir göstergesi ve kişilerarası etkileşimde bir sermaye kaynağı olarak bedenin inşası söz konusu ilgiyi kapsamaktadır. Bu nedenle *Men's Health*, karmaşık ve kaçınılmaz bir şekilde kimlik ve yaşam biçimi gibi diğer faktörlerle ilişkilendirilen çok boyutlu toplumsal bir olgu olarak sağlığın daha yeni kavramsallaştırmalarının (Leavey ve Kellehar 2004: vi) ve toplumsal cinsiyetin bir göstergesidir. Derginin söylem(ler)i de, sağlığın ve mutluluğun yönetimi için bireyselleşmiş sorumluluğu geliştiren neo-liberal ve risk-odaklı kültürlerin talimatlarının emrinde 'sağlıklı erkeği' inşa etmeye çalışmaktadır (Crawshaw 2007: 1607).

Bununla birlikte, normatif, ideal ve sağlıklı bir erkek bedeni yapısına ya da biçimine (aktaran Robertson 2006: 435) ilişkin popüler söylem(ler) üreten erkek (yaşam biçimi) dergilerinde, giderek artan bir şekilde estetik sağlığın desteklendiği, erkeğe özgü sağlıklı olma ve sağlığı koruma pratiklerinin, zayıf (yaşsız), obez olmayan ve kaslı bir beden tarafından simgelenen ve biçimlendirilmiş sağlıklı erkek bedeni ile birleştirildiği ve dolayısıyla da sağlık ile erkeğe özgü bir estetiğin ya da görünüşün birbiriyle eşitlendiği öne sürülmektedir (Crawshaw 2007). Susan Alexander (2003: 542-543) ise, *Men's Health* Dergisi'nin kapaklarında, gösterişli ve dayanıklı bir beden inşa etme gücüne sahip erkekliğin sunulduğunu ve dayanıklı bir bedene sahip olmak için vücut geliştiren erkeklerin, diyet programlarını; kalp krizi ve prostat kanseri gibi sağlığa ilişkin riskler hakkında kaygıları olduğu için değil, öncelikli olarak dayanıklı bedenler inşa etmek amacıyla takip ettiklerini öne sürmektedir. Ayrıca, Stibbe (2004: 37) ve Labre (2005: 188), erkek dergilerinin kapaklarını süsleyen kaslı ve yarı çıplak erkeklerle birlikte bir arzu nesnesi olarak erkek bedenin önem kazandığına işaret etmektedir.

Yöntem(ler)

Bu çalışmada eleştirel söylem çözümlemesi, metinleri çözümlemek ve dergi okuruna; erkekler ve sağlık hakkında belirli düşünceleri iletmek için kullanılan ve anlam üretme aracı olan dili eleştirel olarak değerlendirmek amacıyla benimsenmiş ve *Men's Health* (Türkiye) dergisinin (2012 yılında yayımlanan Haziran-Temmuz-Ağustos sayılarının) hegemonik erkeklik ve popüler sağlık söylemi, Teun A. van Dijk'in eleştirel söylem çözümlemesi¹ aracılığıyla

1 Eleştirel söylem çözümlemesi, sosyal ve politik bir tutumdur. Bu nedenle, bir araştırma yöntemi değil, bir disiplindir. Teun A. van Dijk'in, genelde 'Söylem Çalışmaları', özelde 'Eleştirel Söylem Çalışmaları' olarak adlandırdığı bu akademik etkinliğin kendine özgü bir yöntemi yoktur. Söylem çözümlemesinde, dilbiliminde, psikolojide ve sosyal bilimlerde uygulanan farklı yöntemleri kullanılmaktadır (İnceoğlu ve Çomak 2009: 30). Çünkü *eleştirel okuma*, sistematik bir metodolojiye ve bağlamın mükemmel bir biçimde araştırılmasına ihtiyaç duymaktadır (Sözen 1999: 147).

çözömlenmiştir. Çünkü karmaşık bir kolaj içinde, alışılmış bir şekilde, görüntöleri ve kelimeleri birleştiren medya metinleri olarak dergiler, dilbilimsel eleştiri ve kültürel medya çalışmaları alanlarında var olan alışılmış eleştirel söylem çözömlemesi için uygundur (Crawshaw 2007: 1609). 2012 yılında yayımlanan Haziran-Temmuz-Ağustos sayılarının seçilmesinin temel nedeni ise, bu sayıların hem tek tek hem de toplu olarak derginin erkeklige ve sağlığa ilişkin daha güncel söylem(ler)ini ortaya koyabilme kapasitesine sahip olduğunun varsayılmasıdır. Ayrıca araştırmanın örnekleme, amaca yönelik örnekleme yaklaşımı kullanılarak ve üç temel ölçüt (tür, popülerlik ve okurların toplumsal cinsiyeti) dikkate alınarak belirlenmiştir (Ricciardelli vd. 2010: 68). *Men's Health* Dergisi, bir *hobi* ya da *özel ilgi* dergisi değil, genellikle boş zaman, moda, kültür, sağlık, formda olma, turizm ve eğlence ile ilgilenen popüler bir erkek (*yaşam biçimi*) dergisidir. Çözömleme için araştırmanın örneklemini oluşturan *Men's Health* Dergisi'nin seçilmesinin en önemli nedenlerinden biri, söz konusu derginin, 'men's health' (erkeğin sağlığı) ifadesinin popülerleşmesine neden olmasıdır. Ayrıca, *Men's Health* Dergisi'nin hem dünyada hem de Türkiye'de geniş bir okur kitlesine ulaştığı² varsayılmaktadır. Derginin hedef kitlesini de erkekler oluşturmaktadır. Bu araştırmanın çözömleme birimi ise, ön kapağından arka kapağına kadar derginin bütünüdür ve dergide yer alan reklamlar da dâhil olmak üzere sağlık konularını ya da sorunlarını ele alan tüm metinler çözömlenmiştir.

Söylem hem bir dil pratiğidir, hem de ideoloji, bilgi, diyalog, anlatım, beyan tarzı, müzakere ve güç mübadelesiyle eyleme dönüşen dil pratiklerine ilişkin bir süreçtir. Bir süreç olarak söylem, anlatım eylemlerinin içsel kurallarıyla düzenlenmekte ve söylemin kendi içsel kuralları, söylem düzenlerini oluşturmakta ya da söylem, düzenlenmiş söylemlerden oluşmaktadır (Sözen 1999: 20). Bir araştırma yöntemi olarak söylem çözömlemesi, mevcut söylemleri yeniden üretme, değiştirme, dönüştürme ya da mevcut söylemlerin özelliklerini açığa çıkarma yeterliliğine sahiptir (Sözen 1999: 82-83). Ayrıca, söylem çözömlemesi, sağlık hakkında çeşitli söylemlerin inşa edildiği toplumsal ve siyasal bağlamlarda, önemli anlamları ortaya koyma potansiyeline sahiptir ve sağlıkla ilgili en önemli

2 Dağıtım şirketlerinin yayıncılarla yapmış oldukları anlaşmalar nedeniyle, *Men's Health* (Türkiye) dergisinin satış rakamlarına ulaşabilmek mümkün olamamıştır. Bu noktada, çalışmada, küresel medya kuruluşları tarafından yayımlanan erkek dergileri arasından araştırmanın örneklemini oluşturan *Men's Health* Dergisi'nin seçilmesinde belirleyici olan asıl ölçütün satış rakamları olmadığı belirtilmelidir. Çalışmada belirleyici olan temel ölçütler şunlardır: *Men's Health* Dergisi, ilk önce sağlığa yönelik bir dergi olarak piyasaya sürülmüş, daha sonra da, sağlık, cinsellik, moda, spor, teknoloji ve finans gibi erkek yaşamının tüm yönlerini içeren bir yaşam biçimi dergisi olarak gelişmiştir. *For Him Magazine (FHM)* adıyla yayın hayatını sürdüren ve kuruluşunu takip eden yıllarda ağırlıklı olarak erkek modası ile ilgilenen *FHM* Dergisi, erkek dergileri pazarının genişlemesiyle birlikte, rakipleri ile yarışabilmek için spor ile ilgili yayınlar yapmaya başlamış bir yaşam biçimi dergisidir. *Esquire* ise, erkek modasına odaklanan ve hedef kitlesinde zarif, gösterişli, zevkli ve çok yönlü erkeklerin bulunduğu bir yaşam biçimi dergisidir. 2005 sonrasında, *FHM* Dergisi, dinamik bir içerik ile geniş bir kitleye hitap etmeye (aktüel ve eğlenceli konularla 15-35 yaş arası kitleye), trendleri takip etmeye ve tüm dünyada popüler olan sağlıklı yaşam ve formda olma konularını ele almaya başlamıştır (Erdoğan 2011: 58). Fakat bu dergiler arasında ağırlıklı olarak erkeğin sağlığı ile ilgilenen dergi *Men's Health*'dir.

araştırma alanlarından biri, popüler medyada inşa edilen sağlık enformasyonuna ilişkin söylemleri kapsamaktadır (Lupton 1992: 146). Teun A. van Dijk'in çalışmalarında, makro (tematik ve şematik yapılar) ve mikro düzeyler büyük önem taşımaktadır. Tematik çözümlemede, özet niteliğinde olan üst ya da ana başlık, başlık, alt başlık, spot ve haber girişleri kapsamında, hikâyelerin ya da olayların hiyerarşik yapısı ele alınmakta, başlıkların birbiriyle bağıntıları incelenmekte ve aynı zamanda, başlık ve metin ilişkisi sorgulanmaktadır. Şematik çözümlemede ise, daha çok duruma ve yorumlara yer verilmekte, hikâyenin ya da olayın örgüsü, ana olayın ya da olayların sonuçları, ardalın ve bağlam bilgisi ile haber kaynakları değerlendirilmektedir. Mikro düzeyde ise, cümle yapıları, sözcük ve sözcük öbeklerinin seçimi ve retorik (fotoğraflar ve alıntılar gibi) incelenmektedir (van Dijk 1988a: 30-54; 1988b: 72-99). Retoriğin eleştirel olarak değerlendirilmesi, metin aracılığıyla iletilen iktidarın, kimliğin, ideolojinin ve hegemonyanın ve dolayısıyla da, ifade biçimleri, üslup ve ima gibi belirli söylemleri inşa etmek için metinde kullanılan temel stratejilerin eleştirel çözümlemesini gerektirmekte ve dilbilimsel eleştiri, toplum bilimsel bir perspektifle birleştirilmektedir (aktaran Crawshaw 2007: 1609). Eleştirel söylem çözümlemesi, egemenliğin (yeniden) üretiminde dilin, dilin kullanımının ve söylemin rolüne ilişkin bir açıklama sunmakta ya da sağlamaktadır (Van Dijk 1993: 279). Eleştirel söylem çözümlemesi, söylem çözümlemesindeki diğer alanlardan ya da yaklaşımlardan farklı olarak egemenlik/güç ve eşitsizlik üzerine odaklanmayı gerektirmekte ve söylem çözümleyenlerin aksine, eleştirel söylem çözümleyenler, bakış açılarını, perspektiflerini, ilkelerini ve amaçlarını ayrıntılı bir şekilde açıklayarak, belirgin bir sosyo-politik tutum alabilmektedir (Van Dijk 1993: 252).

Bu çalışma, *Men's Health* (Türkiye) dergisinin, erkekleri, hegemonik erkeklik söylemine uygun bağlamlarda ve mantıklı risk yönetimi aracılığıyla kendi sağlığını korumak için istekli olan ve kendi sağlığı için sorumluluk alabilen aktif ve girişimci bireyler olarak sunarken, olumsuz sağlık davranış ve tutumları ile ilişkili bir hegemonik erkeklik biçimini yeniden üreten *çelişkili bir söylem* inşa ettiğini varsaymaktadır. Bu temel varsayımdan hareketle *Men's Health* Dergisinde hegemonik erkeklik söyleminin çözümlenmesi için erkek imajlarının üretimi aracılığıyla dergide erkekliğin söylemsel inşası, erkek iktidarının (yeniden) üretiminde derginin rolü ve erkeğin sağlığına ilişkin davranış ve tutumlar -özellikle de, Courtenay (2000c: 83-108, 110) tarafından listelenen hegemonik erkeklik ile ilgili olumsuz sağlık davranış ve tutumları- arasındaki etkileşime odaklanılmaktadır. Çünkü Courtenay (2000a: 1397), erkekliğin inşası ve erkek iktidarı ile sağlıksız davranış ve tutumlar arasında bir bağlantı olduğunu ileri sürmektedir: "*Erkekler, ataerkil bir toplumda, erkekliği kanıtlamak ya da göstermek için sağlıksız davranışları başarılı bir şekilde adet edinerek iktidar konumunu devralabilmekte ya da kazanabilmektedir. Sağlık ihtiyaçlarını görmezden gelerek ve risk alarak erkekler kendilerini daha güçlü bir cinsiyet olarak meşrulaştırmaktadır*". Ayrıca çalışmada, *Men's Health* Dergisi'nin çözümlenebilmesi için *genel sağlık konuları ve sağlıklı yaşam biçimi konuları ile tıbbi konulardan* (Clements vd. 2006: 279) oluşan iki temel çözümleme alanı ele alınmaktadır.

Çözümleme

Men's Health Dergisi'nin, *hegemonik erkeklik söyleminin* sınırlamalarına rağmen, derginin en önemli söylem alanlarından biri olan tıp bilimi söylemi (Stibbe 2004: 36) aracılığıyla, mantıklı, kendi sağlığının yönetiminden sorumlu ve sağlık bilincine sahip modern erkeği nasıl inşa ettiğinin anlaşılabilmesinde ve çözümlenebilmesinde, *risk*, *tıbbileştirme* ve *bireyselleştirme* (Crawshaw 2007: 1610) temaları önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca, modern toplumlarda merkezi bir düzenleyici ilke olduğu kabul edilen ya da dile getirilen risk (Beck 1992: 3) teması ile birlikte, tıbbileştirme ve bireyselleştirme temalarının, çözümlemede ele alınan dergi metinlerinin ana temaları olduğu görülmektedir.

2. Erkeğin Sağlığı ve Bedeni İle İlişkilendirilen Hegemonik Erkekliğin (Yeniden) Üretilmesi

De Visser vd.'ne (2009: 1049) göre hegemonik erkekliğin sağlıkla ve bedenle ilgili farklı yönlerini temsil eden ve erkeğe özgü davranış ve tutumların ele alındığı (fiziksel cesaret, dış görünüşe önem vermeme, alkol kullanımı ve cinsellik) dört önemli alan bulunmaktadır. Fiziksel cesaret, ortodoks erkekliğin önemli bir parçasıdır ve erkeksi ya da erkeğe özgü sporlar fiziksel güç gerektirmektedir. Ayrıca, kaslı bir beden, pek çok erkeğin arzu ettiği bir erkeklik sembolüdür (Fotoğraf 1) (aktaran De Visser vd. 2009: 1049). Bu bağlamda *Men's Health* Dergisi'nde de, dövüş(çü), güçlü(lü), kas(lı), lider (erkek), rakip ve cesaret gibi hegemonik erkekliğin (yeniden) üretilmesine neden olan anahtar sözcükler ve sözcük öbekleri ile dergi okuruna kavramsal bir harita sunulmaktadır:



Fotoğraf 1: *Men's Health* Türkiye Ağustos 2012: 62, Haziran 2012: 159.

Başlık: *Dövüş antrenörünüz. Spot: Daha güçlü yumruk atmak istiyorum. Bunun için biceps kaslarımı mı güçlendirmeliyim? Hikâye ya da Olay Örgüsü: ... bacak ve sırt kaslarınız yeterince güçlü değilse yumruğunuz istediğiniz kadar kuvvetli çıkmaz. Ürettiğiniz gücü yumruğunuz aracılığıyla rakibe ulaştıramayacağınızı fark*

etmeniz işten bile değil (Men's Health Türkiye Haziran 2012: 76). Başlık: Büyük dönüşüm. Spot: Önce antrenman yapıp kas ağırlığını on kilogram artırdı ... Sonra lider karakterli bir erkeğe dönüştü. Hikâye ya da Olay Örgüsü: Genç oyuncu daha önce hiç kaldıramadığı ağırlıklarla çalışmaya başlamıştı. Vücudunun değişimi ... bile şaşırtmıştı (Men's Health Türkiye Haziran 2012: 158). Başlık: Brezilya'da bir Türk dövüşçüsü. Spot: Brazilian Jiu Jitsu'nun anavatanında, BJJ dersi veren ustalara karşı dövüşen ... Brezilya macerasını ve turnuva hikâyesini anlatıyor. Hikâye ya da Olay Örgüsü: Kol, bacak, boyun nereyi tutarsa koparmak isteyen insanlarla maç yaparken kazanılan deneyimi, başka hiçbir yerde edinemezsiniz (Men's Health Türkiye Temmuz 2012: 41). Başlık: Tişörtlerden kurtulma vakti geldi. Hikâye ya da Olay Örgüsü: Plaj sezonunun tek bir kuralı var. Karın kaslarınızı sergileyecek cesarete sahip olmak (Men's Health Türkiye Ağustos 2012: 62). Başlık: Olimpiyatın yıldızları. Spot: Yeryüzünün en güçlü, en hızlı ve en yetenekli adamlarının hepsinin tek bir hedefi var: Altın madalya. Hikâye ya da Olay Örgüsü: 'Bence bir insanın iki yüz metreyi on saniyede koşması mümkün' açıklaması yapan ... hayâl gücünün bu kadar geniş olması, rakiplerinin altın madalya için az olan umudunu da tüketiyor (Men's Health Türkiye Ağustos 2012: 94).

Kaslı bir bedene değer verilmesine rağmen, erkeklerin dış görünüşleri ile aşırı derecede ilgilenmemeleri gerektiği düşünülmektedir. Çünkü erkeklerin kendilerine ve kendi görünüşlerine duydukları hayranlık, kadınsılık ve homoseksüellik ile kıyaslanmakta ya da eşit tutulmaktadır (Gill vd. 2005: 37-38). *Men's Health* Dergisi'nde ise, erkeğin dış görünüşü, erkek kimliğinin bir parçası olarak değerlendirilmekte, kadınların, dış görünüşüne önem vermeyen erkeklerin dış görünüşünü değiştirmeye uğraşmaktan vazgeçmeyecekleri vurgulanmakta ve erkeklerin yaşam biçimlerini değiştirmeleri için önerilerde bulunulmaktadır:

Başlık: İçindeki canavarı serbest bırakın. Spot: Bir erkeğin bir kadında asla değiştiremeyeceği şeyler vardır. Hikâye ya da Olay Örgüsü: Kız arkadaşınız tabii ki sizi beğeniyor... Ancak, onun seçtiği saç kesimi ve ayakkabılardan oluşan görünümünüzle sizi daha bir başka seviyor ... (Siz ne yapıyorsunuz?) Kişiliğinizi korumak için onun tavsiyelerini reddediyor ve bu uğurda yoğun bir mücadele veriyorsunuz... (Aslında ne yapmalısınız?) En iyisi gardırobun karşısına birlikte geçin ve nelerin kalacağına ve nelerin çöpü boylayacağına karar verin. Lütfen bu deneyimi erkekliğinize karşı bir saldırı olarak görmeyin (Men's Health Türkiye Haziran 2012: 101).

Alkol, erkeğin sağlığı için ciddi bir sorundur. Aşırı derecede olmayan alkol tüketiminin kalp hastalığı riskini azalttığı, ancak, kalp ve damar hastalıklarından kaynaklanan erkek ölümlerine neden olan en güçlü faktörlerden birinin, aşırı alkol tüketimi olduğu ve aynı zamanda, aşırı alkol tüketiminin hem kansere hem de siroza neden olabildiği (Courtenay 2000c: 96) ortaya konulmuştur. Fakat *Men's Health* Dergisi'nde nadiren alkolün tehlikelerinden bahsedilmektedir. Bu örneklerin birincisi, alkol tüketimini azaltmak yerine, kalorinin azaltılmasını çözüm önerisi olarak sunmakta, ikincisi, erkeklerin sarhoş olmasının nedeni olarak gösterilen

ve ötekileştirilen kadınları suçlamaktadır. Örneklerde de görüldüğü gibi, aşırı alkol tüketiminin tehlikelerine rağmen, ölçülü tüketimin sağlığa yararlarının ötesinde bira tüketiminden övgüyle bahsedilmesi *hegemonik erkekliğin yeniden üretimi* ile ilgilidir. Erkekliğe ve erkek iktidarına gönderme yapan alkol tüketimi, kadınların alkol toleransının erkeklerden daha düşük olması gibi biyolojik nedenlerle erkeklere ayrıcalık kazandırmaktadır:

Reklam: *Bira-Yüzde 40 daha az kalori (Men's Health Türkiye Haziran 2012: 35)*. Başlık: *On iki gereksiz zaman hırsız*. Alt Başlık: *Yanlış kadın*. Spot: *Sadece sizinle seviştiği için çekilmez bir kadına katlanmak, acil serviste size şefkat gösterecekler diye kendinizi bir arabanın önüne atmaya benzer*. Hikâye ya da Olay Örgüsü: *Bir şeyleri kutlamak için kafaya tekila ya da votka dikmek iyi bir erkeklik göstergisi gibi mi görünüyor gözünüze? Yine de tedbiri elden bırakmamak gerekir. Size bir dikişte içmeniz için üçüncü içkiyi verenin niyeti muhtemelen iyi değildir (Men's Health Türkiye Haziran 2012: 56)*.

Hastalıktan korunmaya ya da hastalığı önlemeye odaklanan toplumlarda, tütün, alkol, yasal ya da yasal olmayan uyuşturucu kullanımı, güvenli olmayan cinsel ilişki gibi yaşam biçimi tercihlerinin beden için tehdit oluşturduğu kabul edilmektedir (aktaran Kline 2006: 48). Ancak dergide, alkole, özellikle de biraya ilişkin olumlu imajlara, aşırı alkol tüketimi ile ilgili uyarılardan daha sık yer verilmekte, bira tüketiminden açıkça övgüyle bahsedilmekte ve alkol tüketimi özellikle reklamlar aracılığıyla teşvik edilmektedir:

Başlık: *Zamanı durdurun*. Spot: *Yaşlanmanın etkilerini azaltmak için bilimin en yeni sırlarından faydalanın*. Hikâye ya da Olay Örgüsü: *En fit beyin hücreleriniz bile 20'li yaşlarınıza kadar dayanabilir. Bunun tek sorumlusu içtiğiniz içkiler değil (Men's Health Türkiye Haziran 2012: 92)*. Reklam: *Adam gibi bira budur (Men's Health Türkiye Haziran 2012: 57)*. Reklam: *Çağlar öncesindeki gibi, filtreden geçmemiş bira. Tamamen doğal hammaddelerle modern filtre işlemlerinden geçmeden üretildi (Men's Health Türkiye Temmuz 2012: 9)*.

Heteroseksüellik, ortodoks erkekliğin bir başka özelliğidir. Hegemonik olarak erkeğe özgü davranış ve tutumların karşıtı olan homoseksüelliğin erkeğe özgü olmadığı ya da kadınsı olduğu varsayılmaktadır. Bu bağlamda, erkek dergi okurlarının heteroseksüel olduğunu varsayan *Men's Health* Dergisi'nin önemli hedeflerinden biri, heteroseksüel cinsel ilişkidir ve dergi, *kusursuz heteroseksüel cinsel ilişki* için önerilerde bulunmaktadır. *Men's Health* Dergisi'nde, cinsel ilişki ile ilgili açıklamaların ve tanımlamaların, cinsel sağlık amacıyla değil, hegemonik erkekliğin merkezi bir özelliği olarak 'heteroseksist sosyalizasyon'a (aktaran Stibbe 2004: 47) katkıda bulunmak amacıyla yapıldığı görülmektedir:

Başlık: *Yeni afrodizyağınız: Macera*. Spot: *Maceracı kadınlar çok daha eğlenceli. Onlardan birini nasıl kapabilirsiniz, yöntemini biz öğretiyoruz (Men's Health Türkiye Haziran 2012: 40)*. Başlık: *Bağlanmadan kusursuz cinsellik*. Spot:

Arada vereceğiniz molalar, onun bağlanma hormonlarını kontrol altına alacaktır. Hikâye ya da Olay Örgüsü: Texas A&M Üniversitesi'ndeki bir araştırma, kadınların erkek spermelerine maruz kalmadığı zamanlarda 'sarılıp yaklaşma hormonu' olan oksitosin seviyesinin düştüğünü gösterdi (Men's Health Türkiye Temmuz 2012: 63). Başlık: Daha iyi seks hayatı için dokuz ilaç. Spot: Cansız bir seks hayatını canlandırmanın en iyi reçetesi nedir? (Unutmayın ki iktidarsızlık haplarından bahsetmiyoruz!) Hikâye ya da Olay Örgüsü: Texas Üniversitesi araştırmacıları, yoğun egzersizin kadınların sinir sistemini harekete geçirdiğini söylüyor. Bu sistem cinsel uyarılma sırasında da harekete geçiyor (Men's Health Türkiye Temmuz 2012: 112).

Men's Health Dergisi'nin hegemonik erkeklik söylemini deşifre eden bu örnekler, hegemonik erkekliğin ve sağlığın eşzamanlı arayışı gibi çelişkili ideolojileri uzlaştırmak için bir stratejinin parçası olarak tanımlanmış olan ironiyi yansıtmakta ve derginin, eski ile yeni erkeklikler içinde kaçamak bir erkekliği yeniden ürettiğini (Benwell 2004) ortaya koymaktadır.

3. Erkeğin Sağlığını Tehdit Eden Risklerin Bireyselleştirilmesi ve Sağlıklı Erkeğin İnşası

Medya metinleri, çoğunlukla karşıtlıklar üreterek ve bu karşıtlıkları kullanarak ilgi çekmektedir. Medyada sağlığa ilişkin metinlerin, çoğunlukla ölümün tehdit ettiği yaşama ya da ölümün gerçekliğine karşı çıktığı ya da direndiği görülmektedir (Seale 2003: 518). Medya aracılığıyla tamamlanan sağlık yönetimi süreçlerinin ise bireye, kendi sağlığını ve mutluluğunu koruma ve en iyi duruma getirme sorumluluğu yüklediği ifade edilmektedir (Rose 2001: 2-3). Ayrıca, modern ve bireyselleştirilmiş toplumlarda, sağlık ve sağlık bilinci, yaşam biçimi ile uyum göstermekte, sağlıklı; sağlıklı ve formda olduğunu göstermek ya da kanıtlamak zorunda olan bireyin özel bir sorunu olarak değil, görevi ve sorumluluğu olarak kabul edilmektedir (Beck-Gernsheim 2000: 124). *Men's Health Dergisi* de, idealleştirilmiş ve kendi sağlığını elde etmek ve geliştirmek isteyen aktif, girişimci ve sağlıklı erkeğin inşa edildiği bu süreçlerin bir göstergesidir (Crawshaw 2007: 1610). *Men's Health Dergisi*, bireyin kendisini sağlıklı bir birey olarak inşa edebilmesi için bireye risk ve risk yönetimi söylemini sunmakta, stratejileri tanımlamakta ve geliştirmektedir:

Başlık: Zamanı durdurun. Spot: Kırklı yaşlarda kalbiniz ufalmaya başlar ve kalp krizi riskiniz buna bağlı olarak artar. Hikâye ya da Olay Örgüsü: ... 40'lı yaşlarda vücudunuz kas hücreleri miyositleri iyileşme dokusuyla yenilemeye başlar ve kalbinizin küçülmesine neden olur. Bu da kalbinizin daha fazla çalışmasına yol açar ve kalp rahatsızlığı riskiniz artar ... (Men's Health Türkiye Haziran 2012: 94). Başlık: Yol ayrımında PSA. Spot: Yaklaşık yirmi yıldır, basit bir kan taraması erkeklerin prostat kanserine karşı en iyi koruması oldu. Hikâye ya da Olay Örgüsü: ABD Üroloji Derneği: 'PSA testinin hayatlarını kurtardığını söyleyebilecek çok sayıda erkek hayatlarını sağlıklı bir şekilde sürdürmektedir' (Men's Health Türkiye

Haziran 2012: 119). Başlık: *Nahoş yan etkiler*. Spot: *İşlerinde mutsuz olan işçilerin uyku sorunu riskindeki artışın yüzdesi altmış dokuz*. Hikâye ya da Olay Örgüsü: *Kaliforniya'daki Scripps Kliniği ... Araştırmalara göre, bazı hipnotik uyku ilaçlarının yardımına başvuran kişilerin, önlerindeki 2,5 sene içinde ölme riski başvurmayan kişilere göre beş kat daha fazla* (Men's Health Türkiye Temmuz 2012: 34).

Kahve gibi yararlı özelliklere sahip bir gıdanın rutin tüketimi, uzman tıbbi bilginin yetki alanına girmekte (Harvard Üniversitesi'nden bir grup araştırmacının yaptığı deneylere göre) ve dergi okuru, bazı hastalıklara yakalanma ihtimalini azaltan söz konusu tüketimi gerçekleştirmek için teşvik edilmekte ve aynı şekilde, beslenme biçiminin hastalığa yakalanma riskini artırabildiği ya da aksine, hastalığa karşı koruyucu olabildiği savunulmaktadır:

Başlık: *Kafeindeki minik mucizeler*. Spot: *Yüz miligram kafein yani bir fincan kahve, beyni kırk beş dakika boyunca zinde tutuyor*. Hikâye ya da Olay Örgüsü: *Harvard Üniversitesi'nden bir grup araştırmacının yaptığı deneylere göre günde dört bardak kafeinli kahve içen erkeklerin Parkinson hastalığına yakalanma ihtimalleri, kahve içmeyenlere göre yarı yarıya daha az* (Men's Health Türkiye Haziran 2012: 129). Başlık: *Kömür yapmayın*. Spot: *Prostat kanseri ve koli basili bulaşma riskini en aza indirin: Eti yetmiş derecede pişirin*. Hikâye ya da Olay Örgüsü: *Plos One'ın yaptığı bir araştırmaya göre, çok pişmiş et yemek prostat kanserine yakalanma riskini artırıyor* (Men's Health Türkiye Haziran 2012: 34).

Sağlık ve beslenme sayfaları (Fotoğraf 2), çoğunlukla akademik dergilere ve sağlık uzmanlarına gönderme yapan dünyadan en son bilimsel bulgular ile ilgili olarak erkeklere çeşitli enformasyon ve öneriler sunan *Men's Health* Dergisi'nin alışılmış bir özelliğidir. *Men's Health* Dergisi'nin sağlık başlığı altında tıbbileştirilen çeşitli alanlar örneklerle açıklanmaktadır. Dergi, beslenme ile ilgili çeşitli amaçlarla desteklenen yaşam biçimi önerilerinde bulunmaktadır. Örneğin, doğru bir şekilde kafein tüketmek, performans artırmak için desteklenmektedir:



Fotoğraf 2: *Men's Health* Türkiye Haziran 2012: 128-137.

Başlık: Kafeindeki minik mucizeler. Alt Başlık: Zihniniz açılacak. Spot: Zinde ve uyanık olmak, egzersiz performansınızı artırmak ve daha sağlıklı yaşamak istiyorsanız bu yazıyı okumanızda fayda var. Hikâye ya da Olay Örgüsü: Avustralyalılar tarafından yapılan ve 100 miligram kafeinin beyin aktiviteleri üzerindeki etkilerinin ölçüldüğü bir araştırmaya göre bir bardak kahve içmek, zihninizi 45 dakika boyunca zinde tutuyor (*Men's Health* Türkiye Haziran 2012: 129).

Dergi, uzman önerilerini dikkate alan ve uygun davranış ve tutumları sergileyen okurlar için yaşamın çeşitli yönlerinin yönetilebilir olduğunu varsaymaktadır. Sağlığın elde edilmesi için önerilen çözüm yolları ve desteklenen stratejiler, bireysel düzeyde konumlandırılmaktadır. Kahve gibi gıdaların tüketimi, gelecekte sağlık durumunun kötüleşmesi riskini yönetebilen bireyler için bir araç olarak sunulmaktadır. Bu sağlık enformasyonu, okur için mantıklı ve hesap edilebilir bir biçimde sağlığın elde edilmesini ve geliştirilmesini amaçlamaktadır. *Men's Health* Dergisi, bireyin sağlığını elde etmesi ve geliştirmesi için ihtiyaç duyulan stratejileri tanımlayarak ve destekleyerek ve aynı zamanda, risk söylemi üretmek, risk yönetimi modellerini sunmaktadır:

Başlık: *Kafein yaşatır*. Spot: *Düzenli olarak kahve ve çay içenlerin MRSA taşıyıcısı olma ihtimalleri neredeyse yüzde elli oranında azalıyor*. Hikâye ya da Olay Örgüsü: *American Journal of Clinical Nutrition Dergisi'ndeki araştırmaya göre, günde en az üç fincan filtre kahve içen kişilerin hayatlarının geri kalanında tip 2 diyabete yakalanma riski yüzde 23 azalıyor* (*Men's Health* Türkiye Temmuz 2012: 32).

Medya temsilleri, daha sağlıklı yemek yeme pratiklerini ve daha sağlıklı gıda maddelerini önemsizleştirmekte ya da değersizleştirmekte ve erkeğe özgü yemek yeme tercihlerini (kırmızı et yemek ve daha büyük porsiyonlar gibi) –erkekler, yemeğin ya da gıdanın sağlıklı olup olmamasından ziyade doygunluk ve lezzet açısından değerlendirmeler yapmaktadır– pekiştirmeye devam etmektedir (Gough 2007: 331). Sağlıklı yemek yeme pratikleri, kültürel olarak, kadınsı pratikler olarak kodlanmaktadır (aktaran Sloan ve diğerleri 2009: 785), ancak söz konusu kodlama, erkeklerin sınırlı yemek yeme ve diyet yapma pratiklerine dâhil olmadığı anlamına gelmemektedir. Ayrıca, "bazı erkekler, erkeğin toplumsal kurallarını küçümsemekte ve sağlıklı yiyecekler yemek gibi sağlıklı davranış ve tutumları benimsemektedir (Courtenay 2000a: 1397)". Bu bağlamda, *Men's Health* Dergisi'nin beslenme sayfalarında, beslenme ile ilgili tıbbileştirilmiş konularda erkeklere yaşam biçimi önerileri sunulmaktadır:

Başlık: *Portakal suyuyla zayıflayın*. Hikâye ya da Olay Örgüsü: *Massachusetts General Hospital'da yapılan 16 haftalık bir araştırmada, ekstra kalsiyum ve D vitamini katılmış portakal suyundan günde üç bardak içenler, katkısız içenlere göre, daha çok kilo verdi* (*Men's Health* Türkiye Haziran 2012: 38). Başlık: *Uzun yaşamının kırk yolu*. Spot: *Günlük hayatta yapacağınız basit değişikliklerin ne kadar büyük sonuçlar üreteceğine inanamayacaksınız*. Hikâye

ya da Olay Örgüsü: *Tuzu azaltın: American Medical Association Derneği'nin 20 yıl süren bir araştırmasına göre, fazla kilolu olan ve çok miktarda sodyum tüketen erkeklerin kalp hastalıklarından ölme riskleri, az miktarda tüketenlere göre yüzde 61 daha fazla (Men's Health Türkiye Haziran 2012: 150).*

Men's Health Dergisi, 'mantıklı risk yönetimi' aracılığıyla, hedef kitlesini oluşturan erkekleri, kendi sağlığını korumak için istekli olan ve kendi sağlığı için sorumluluk alabilen, aktif ve girişimci bireyler olarak sunarken, aynı zamanda, olumsuz sağlık davranış ve tutumları ile ilişkili bir hegemonik erkeklik biçimini yeniden üretmekte, toplumsal cinsiyet kalıplarını yinelemekte ve dolayısıyla, çelişkili bir söylem inşa etmektedir. Örneklerde de görüldüğü gibi, dergi, hegemonik erkeklik söylemine uygun bağlamlarda hem geleneksel erkek kimliğini vurgulamakta, hem de erkeğin sağlığına odaklanmakta, ancak, asıl önemlisi, söylem inşa ederken kullandığı temel stratejiler ile sağlıklı erkeği idealleştirmektedir.

4. Sonuç Olarak Erkek Dergilerinde Sağlıklı Erkek Neden İdeal Erkektir?

Sağlığını ve bedensel formunu saplantı haline getirmiş olan erkeklerin, sağlık-beslenme, spor-formda olma, hastalık ve diyet gibi konularla ilişkilendirildiği bir araç (Boni 2002: 469) olarak *Men's Health* gibi popüler erkek dergilerinde, kişisel tercih ve determinizm desteklenmekte ve bireye, kendisini bir girişimci olarak inşa ederek, sağlığını ve bedenini geliştirme ya da iyileştirme fırsatı sunulmaktadır (Boni 2002: 476). Aslında, *Men's Health* okuru, doğru ürünleri satın alarak ya da stresten kaçınarak sağlıklı olmanın yeni yol ve yöntemlerini tüketmeye davet edilmektedir (Crawshaw 2007: 1616). Bireyin *hasta* konumundan *tüketici* konumuna geç(iril)mesiyle sadece sağlık sektörünün değil, medyanın da yararlanabileceği önemli bir pazar yaratılmakta ve böylece, sağlığını nasıl yönetmesi gerektiğini bilmeyen bireye, medya aracılığıyla sağlık konusunda neler yapacağı ve satın alacağı (Sezgin 2011: 53) dayatılmaktadır. Sağlık ve hastalık, toplumsal ve kamusal bir sorun olarak değil, bireyin gündelik yaşam deneyimi ve sorumluluğu olarak inşa edilmektedir (Sezgin 2011: 53-54). Sağlık söylemi ile bedenlerin denetimini sağlamaya çalışan sağlıklı yaşam endüstrisinin ve medyanın sunduğu sağlıklı yaşam biçimi önerilerinin ticari kaygılardan kaynaklandığı ve sağlıklı yaşam biçimi önerilerinin kim(ler)e hizmet ettiğinin tıbbi toplumsal kontrol ile görünmez kılındığı düşünülmektedir (Sezgin 2011: 55). Aslında, sağlıklı yaşam endüstrisinin ve medyanın, bireye 'kendini hasta hissettirerek', bazen gereğinden fazla, bazen de ihtiyaç duyulmayan tedavi ve testlere teşvik ederek, tıbbi güce ve kâr amacına katkıda bulunduğu (Sezgin 2011: 56) fikrini benimsemek daha olası görülmektedir.

Cameron ve Bernardes'e (1998: 674) göre, toplumdaki sosyo-ekonomik değişimleri anlamlandırmaya çalışan sosyologlar için belli başlı konular, özellikle eşitsizliklerin doğası ve kapsamı, toplumsal cinsiyet, aile yaşamı ve sağlık ile ilgili

konulardır ve toplumdaki sosyo-ekonomik değişimlerin en önemli nedenlerinden biri olarak medyanın, "riskin toplumsal inşa sürecinde çok önemli bir rol oynadığı" (Cottle 1998: 8) kabul edilmektedir. *Men's Health* gibi erkek dergileri, risk yönetiminin ve riskten kaçınmanın dilini kullanarak ve sağlık için bireyselleşmiş sorumluluğu teşvik ederek neo-liberal sağlık modellerini desteklemektedir (Bunton 1997: 223-247). Bireyin kendine yatırımı olarak sağlığı vurgulayan modern sağlık söylemlerinde, stresi en aza indirerek, alışkanlıkların ve sağlıklı yaşam biçimi tercihlerinin sorumluluğunu alarak bağışıklık sistemlerini koruma ve güçlendirme sorumluluğu bireylere yüklenmektedir (Persson ve Newman 2006: 1590). Diyet ve egzersiz yapmak, vitamin ve besin takviyesi almak, stresten kaçınmak, koruyucu tıptan yararlanmak gibi yöntemlerle kontrol altına alınan sadece beden değildir. Yaşam da kontrol altına alınarak, 'iyi' olması için planlanan ve biçimlendirilen bir sürece dönüş(türül)mektedir. Çünkü gündelik yaşamın tıbbileştirilmesi, normal olanı belirleyen ve denetleyenlerin lehine toplumların denetimini içermektedir (Sezgin 2011: 57).

Kaynakça

- ALEMDAROğLU Ayça ve Neslihan Demirtaş (2004), "Biz Türk Erkeklerini Böyle Bilmeydik: Mynet'te Erkeklik Halleri", **Toplum ve Bilim Dergisi (Erkeklik)**, 101: 206-224.
- ALEXANDER Susan M. (2003), "Stylish Hard Bodies: Branded Masculinity in Men's Health Magazine", **Sociological Perspectives**, 46(4): 535-554.
- BECK-GERNSHEIM Elisabeth (2000), "Health and Responsibility: From Social Change to Technological Change and Vice Versa", (ed.) Barbara Adam vd., **The Risk Society and Beyond: Critical Issues for Social Theory**, London, Sage.
- BECK Ulrich (1992), **Risk Society: Towards a New Modernity**, London, Sage.
- BENWELL Bethan (2004), "Ironic Discourse: Evasive Masculinity in Men's Lifestyle Magazines", **Men and Masculinities**, 7(1): 3-21.
- BENWELL Bethan (2003), "Introduction: Masculinity and Men's Lifestyle Magazines", Bethan Benwell (ed.), **Masculinity and Men's Lifestyle Magazines**, Oxford Blackwell.
- BONI Federico (2002), "Framing Media Masculinities: Men's Lifestyle Magazines and the Biopolitics of the Male Body", **European Journal of Communication**, 17(4): 465-478.
- BUNTON Robin ve Paul Crawshaw (2002), "Consuming Men's Health: Risk, Ritual and Ambivalence in Men's Lifestyle Magazines", Saras Henderson ve Alan Petersen (ed.), **Consuming Health: The Commodification of Health Care**, London, Routledge.

BUNTON Robin (1997), "Popular Health, Advanced Liberalism and Good Housekeeping Magazine", Alan Petersen ve Robin Bunton (ed.), **Foucault, Health and Medicine**, London, Routledge.

CAMERON Elaine ve Jon Bernardes (1998), "Gender and Disadvantage in Health: Men's Health for a Change", **Sociology of Health&Illness**, 20(5): 673-693.

CLEMENTS Angela vd. (2006), "Men's Health-Is There a 'Popular Press' Potential?", **Health Education Journal**, 65(3): 277-287.

CONNELL Robert William (2005), **Masculinities**, Cambridge, Polity.

COTTLE Simon (1998), "Ulrich Beck, 'Risk Society' and the Media: A Catastrophic View?", **European Journal of Communication**, 13(1): 5-32.

COURTENAY Will H. (2000a), "Constructions of Masculinity and Their Influence on Men's Well-Being: A Theory of Gender and Health", **Social Science&Medicine**, 50: 1385-1401.

COURTENAY Will H. (2000b), "Engendering Health: A Social Constructionist Examination of Men's Health Beliefs and Behaviours", **Psychology of Men and Masculinity**, 1(1): 4-15.

COURTENAY Will H. (2000c), "Behavioral Factors Associated with Disease, Injury and Death Among Men: Evidence and Implications for Prevention", **The Journal of Men's Studies**, 9(1): 81-142.

CRAWSHAW Paul ve James Smith (2009), "Men's Health: Practice, Policy, Research and Theory", **Critical Public Health**, 19(3-4): 261-267.

CRAWSHAW Paul (2007), "Governing the Healthy Male Citizen: Men, Masculinity and Popular Health in Men's Health Magazine", **Social Science&Medicine**, 65: 1606-1618.

DE VISSER Richard O. vd. (2009), "That's Not Masculine: Masculine Capital and Health-Related Behaviour", **Journal of Health Psychology**, 14(7): 1047-1058.

ERDOĞAN İlker (2011), "Erkek Dergilerinde (Men's Health-FHM-Esquire Türkiye Örneğinde) Hegemonik Erkek(lik), Beden Politikaları ve Yeni Erkek İmajı", İlker Erdoğan (ed.), **Medyada Hegemonik Erkek(lik) ve Temsil**, İstanbul, Kalkedon Yayınları.

GANNON Kenneth vd. (2004), "Masculinity, Infertility, Stigma and Media Reports", **Social Science&Medicine**, 59: 1169-1175.

GILL Rosalind vd. (2005), "Body Projects and the Regulation of Normative Masculinity", **Body&Society**, 11 (1): 37-62.

GOUGH Brendan (2007), "Real Men don't Diet: An Analysis of Contemporary Newspaper Representations of Men, Food and Health", **Social Science&Medicine**, 64: 326-337.

GOUGH Brendan (2006), "Try to Be Healthy, But Don't Forget Your Masculinity: Deconstructing Men's Health Discourse in the Media", **Social Science&Medicine**, 63: 2476-2488.

İNCEOĞLU Yasemin G. ve ÇOMAK Nebahat A. (2009), "Teun A. van Dijk", Yasemin G. İnceoğlu ve Nebahat A. Çomak (ed.), **Metin Çözömlmeleri**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.

JACKSON Peter vd. (2001), **Making Sense of Men's Magazines**, Oxford-Malden, Polity.

KLINE Kimberly N. (2006), "A Decade of Research on Health Content in the Media: The Focus on Health Challenges and Socio-cultural Context and Attendant Informational and Ideological Problems", **Journal of Health Communication**, 11(1): 43-59.

LABRE Magdala Peixoto (2005), "Burn Fat, Build Muscle: A Content Analysis of Men's Health and Men's Fitness", **International Journal of Men's Health**, 4(2): 187-200.

LEAVEY Gerard ve KELLEHAR David (2004), "Introduction", David Kellehar ve Gerard Leavey (ed.), **Identity and Health**, London, Routledge.

LUPTON Deborah (1992), "Discourse Analysis: A New Methodology for Understanding the Ideologies of Health and Illness", **Australian Journal of Public Health**, 16(2): 145-150.

MACHIN David ve LEEUWEN Theo van (2004), "Global Media: Generic Homogeneity and Discursive Diversity", **Journal of Media&Cultural Studies**, 18(1): 99-120.

NEWMAN Christy (2005), "Healthy, Wealthy and Globalized? Reader Letters to Australian Men's Health Magazine", **Journal of Media&Cultural Studies**, 19(2): 299-313.

NEWMAN Christy (2004), "Looking After Yourself: The Cultural Politics of Health Magazine Reader Letters", PhD, National Centre in HIV Social Research/ School of Media and Communications, University of New South Wales.

NORMAN Moss E. (2011), "Embodying the Double-Bind of Masculinity: Young Men and Discourses of Normalcy, Health, Heterosexuality and Individualism", **Men and Masculinities**, 14(4): 430-449.

PERSSON Asha ve NEWMAN Christy (2006), "Potency and Vulnerability:

Troubled 'Selves' in the Context of Antiretroviral Therapy", **Social Science&Medicine**, 63: 1586-1596.

RICCIARDELLI Rosemary vd. (2010), "Investigating Hegemonic Masculinity: Portrayals of Masculinity in Men's Lifestyle Magazines", **Sex Roles**, 63: 64-78.

ROBERTSON Steve (2006), "I've Been Like a Coiled Spring This Last Week: Embodied Masculinity and Health", **Sociology of Health&Illness**, 28(4): 433-456.

ROSE Nikolas (2001), "The Politics of Life Itself", **Theory, Culture and Society** 18(6): 1-30.

SCHIRATO Tony ve YELL Susan (1999), "The 'New' Men's Magazines and the Performance of Masculinity", **Media International Australia**, 92: 81-90.

SEALE Clive (2003), "Health and Media: An Overview", **Sociology of Health&Illness**, 25(6): 513-531.

SEALE Clive (2002), **Media and Health**, London, Sage.

SEZGİN Deniz (2011), "Gündelik Yaşamın Tıbbileştirilmesi ve Sağlığın Bireyselleştirilmesi: Yaşam Tarzı Önerileri Bağlamında Sağlık Haberlerinin Analizi", **Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2(2): 52-78.

SLOAN Claire vd. (2009), "Healthy Masculinities? How Ostensibly Healthy Men Talk about Lifestyle, Health and Gender", **Psychology&Health**, 25(7): 783-803.

SÖZEN Edibe (1999), **Söylem: Belirsizlik, Mücadele, Bilgi/Güç ve Refleksivite**, İstanbul, Paradigma Yayınları.

STEVENSON Nick vd. (2000), "The Politics of New Men's Lifestyle Magazines", **European Journal of Cultural Studies**, 3(3): 366-385.

STIBBE Arran (2004), "Health and the Social Construction of Masculinity in Men's Health Magazine", **Men and Masculinities**, 7(1): 31-51.

TOERIEEN Merran ve DURRHEIM Kevin (2001), "Power through Knowledge: Ignorance and the Real Man", **Feminism&Psychology**, 11(1): 35-54.

VAN DIJK Teun A. (1993), "Principles of Critical Discourse Analysis", **Discourse and Society**, 4(2): 249-283.

VAN DIJK Teun A. (1988a), **News as Discourse**, New Jersey, Lawrence Earlbaum Associates Publication.

VAN DIJK Teun A. (1988b), **News Analysis: Case Studies of International and National News in the Press**, New Jersey, Lawrence Earlbaum Associates Publication.