



Akdeniz Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Dergisi

Mayıs 2022

Cilt V Sayı I | Hakemli Dergi

ISSN: 2636-7998



Akdeniz Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Dergisi

Mediterranean Journal of Gender and Women's Studies

Dergi Sahibi/Owned By:

Prof. Dr. Nurşen Adak

Yayın Kurulu/Publishing Editors

Prof. Dr. Nurşen Adak, Akdeniz Üniversitesi

Doç. Dr. Öznur Körükcü, Akdeniz Üniversitesi

Doç. Dr. Meral Timurturkan, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi

Editör/Editor:

Prof. Dr. Nurşen Adak

Editör Yardımcısı/Assistant Editor:

Araş. Gör. Çağrı Elmas

Dil Editörleri/Redaction:

Araş. Gör. Ayşe Kalav

Öğr. Gör. Güher Ceylan Çavlı

Araş. Gör. Demet Sustam

Web-Teknik Destek Sorumlusu/Web and Graphic Design:

Araş. Gör. Çağrı Elmas

**Akdeniz Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Dergisi/
Mediterranean Journal of Gender and Women's Studies**

Yazışma Adresi/Contact: Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Anabilim Dalı Sekreterliği, Edebiyat Fakültesi Zemin Kat, 07058, Kampüs/Antalya

e-posta/e-mail: ktcdergi@gmail.com | <http://dergipark.gov.tr/ktc>

Alan Editörleri / Editorial Board

Prof. Dr. Nurşen Adak, **Akdeniz Üniversitesi**
Prof. Dr. Kamile Kabukçuoğlu, **Akdeniz Üniversitesi**
Prof. Dr. Gözde Yirmibeşoğlu, **Akdeniz Üniversitesi**
Prof. Dr. Gönül Demez, **Akdeniz Üniversitesi**
Prof. Dr. Emine Uçar İlbuğa, **Akdeniz Üniversitesi**
Doç. Dr. Necla Öztürk, **Akdeniz Üniversitesi**
Doç. Dr. Gülay Yılmaz Diko, **Akdeniz Üniversitesi**
Doç. Dr. Ebru Akdoğu Arca, **Akdeniz Üniversitesi**
Dr. Öğr. Üyesi İlkay Kutlar, **Akdeniz Üniversitesi**
Doç. Dr. Öznur Körükçü, **Akdeniz Üniversitesi**
Doç. Dr. Zehra Yiğit, **Akdeniz Üniversitesi**
Dr. Öğr. Üyesi Fatma Mahperi Uluyol, **Akdeniz Üniversitesi**

Bilim Kurulu/Advisory Board:

Prof. Dr. Andrea Peto, **Central European University, Macaristan**
Prof. Dr. Aylin Görgün Baran, **Hacettepe Üniversitesi, Türkiye**
Prof. Dr. Ayşe Gündüz Hoşgör, **ODTÜ, Türkiye**
Prof. Dr. Berrin Yanıkkaya, **Auckland University of Technology, Yeni Zelanda**
Doç. Dr. Eleni Gara, **University of the Aegean, Yunanistan**
Prof. Dr. Belkıs Kümbetoğlu, **Beykent Üniversitesi, Türkiye**
Prof. Dr. İnci User, **Acıbadem Üniversitesi, Türkiye**
Prof. Dr. Gørill Haugan, **NTNU, Norveç**
Prof. Dr. Gülriz Uygur, **Ankara Üniversitesi, Türkiye**
Prof. Dr. Ingvild Aune, **NTNU, Norveç**
Prof. Dr. Karen Heimer, **University of Iowa, ABD**
Prof. Dr. Mutlu Binark, **Hacettepe Üniversitesi, Türkiye**
Doç. Dr. Netice Yıldız, **EMU, KKTC**
Doç. Dr. Roja Fazaeli, **University of Dublin, İrlanda**
Prof. Dr. Serap Suğur, **Anadolu Üniversitesi, Türkiye**
Prof. Dr. Serpil Sancar, **Ankara Üniversitesi, Türkiye**
Prof. Dr. Sezer Şener Komşuoğlu, **Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı, Türkiye**

Yayın İlkeleri ve Yazar Rehberi

Akdeniz Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Dergisi (KTC) Mayıs ve Kasım aylarında yılda iki kez yayınlanan uluslararası hakemli elektronik bir dergidir. Başta sosyoloji, psikoloji, antropoloji, iletişim, tarih, ekonomi, işletme, hukuk, eğitim ve sağlık bilimleri, siyaset bilimi vb bilim dalları olmak üzere kadın ve toplumsal cinsiyet konularıyla ilgili tüm bilim dallarından kadın ve toplumsal cinsiyet perspektifiyle hazırlanmış ampirik ve derleme çalışmalara açıktır. Disiplinlerarası kavramsal, ampirik ve yöntemsel tartışmalara yer veren süreli bir yayın organı olan **KTC Dergisi**, muhtelif disiplinlerden gelen araştırmacılar arasındaki diyalogun geliştirilmesi, alana ilişkin güncel tartışmaların üretilmesi, yaygınlaştırılması ve kolay erişilebilmesini amaçlamaktadır. Yayın dili Türkçe ve İngilizce olan **KTC Dergisi**'ne gönderilen çalışmalar çift taraflı kör hakem değerlendirmesi ve editör incelemesi ile yayıma hazır hale getirilmektedir. Dergide akademik makaleler dışında saha çalışması notları, söyleşiler, kongre ve çalıştay notları ve kitap tanıtım yazılarına da yer verilmektedir.

Dergide yayımlanan tüm çalışmalar, kamu ve tüzel kişilerce, gerekli atıflar verilmek koşuluyla kullanıma açık olup dergide yayımlanmış çalışmaların tüm sorumluluğu yazarlarına aittir.

Editorial Principles And Guide For Authors

Mediterranean Journal of Gender and Women's Studies (KTC) is published biannually in May and November as a peer-reviewed international electronic journal. It welcomes empirical studies and compilations prepared from the perspective of women and gender among all disciplines relating to women and gender issues particularly sociology, psychology, anthropology, communications, history, economics, education, business administration, law, health and political science. **Mediterranean Journal of KTC** - a periodical which includes interdisciplinary conceptual, empirical and methodological discussions - aims at developing dialogs among researchers from various disciplines and producing and popularizing current discussions in the field and making them accessible. Studies sent to the **Mediterranean Journal of KTC** with publication languages of Turkish and English are prepared for publication through double-blind peer review and editorial analysis. Besides academic articles, the journal includes fieldwork notes, interviews, congress and workshop notes, and book reviews.

Authors are fully responsible for studies published in the journal and all academic studies published in the journal are accessible to public and legal persons on condition of referencing.

Hakem Kurulu / Board of Referees (Mayıs 2022 - May 2022):*

Bilge Deniz Çatak (**Mersin Üniversitesi**)
Burcu Yerlikaya Yaran (**Artvin Üniversitesi**)
Canan Gönüllü (**Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi**)
Cihan Akkaya (**Karabük Üniversitesi**)
Dicle Özcan Elçi (**Şırnak Üniversitesi**)
Didem Narmanlı (**Süleyman Demirel Üniversitesi**)
Elif Baş (**Manisa Celal Bayar Üniversitesi**)
Emin Yiğit (**Adnan Menderes Üniversitesi**)
Emine Şentürk (**Akdeniz Üniversitesi**)
Ezgi Toplu Demirtaş (**MEF Üniversitesi**)
Fatma Tezcan (**Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi**)
Fuat Güllüo ınar (**Anadolu Üniversitesi**)
Gamze Aksan (**Selçuk Üniversitesi**)
Gamze Toksoy (**Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi**)
Gamze Yıldız Şeren (**Namık Kemal Üniversitesi**)
G l Aktaş (**Pamukkale Üniversitesi**)
Gülay Aslan (**Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi**)
Kızbes Meral Kılıç (**Akdeniz Üniversitesi**)
Meyrem Tuna Uysal (**Süleyman Demirel Üniversitesi**)
Mustafa Şeker (**Akdeniz Üniversitesi**)
Nazan  içek (**Ankara Üniversitesi**)
Nilay Ulusoy (**Boğaziçi Üniversitesi**)
Nursel Ayd ner Avşar (**Akdeniz Üniversitesi**)
Nurseli Gamze Korkmaz (**Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi**)
 zg n Akduran Erol (**İstanbul Üniversitesi**)
Seçil Deren Van Het Hof (**Akdeniz Üniversitesi**)
Seda Tekeli (**Anadolu Üniversitesi**)
Seyfi Kılıç (**Süleyman Demirel Üniversitesi**)
Sinan Tetik (**Sağlık Bilimleri Üniversitesi**)
Süleyman Karataş (**Akdeniz Üniversitesi**)
Temmuz Gönç Şavran (**Anadolu Üniversitesi**)
Zeynep Serap Tekten Aks rmeli (**Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi**)

*Ada göre alfabetik sıralanmıştır / In alphabetical order by name.

İçindekiler/Contents

Araştırma Makaleleri / Research Articles

Çok Partili Döneme Geçişte Kadın Sembolü: Necip Fazıl Kısakürek Örneği (1943-1952)

Woman Symbol in the Transition to Multi-Party System: The Case of Necip Fazıl Kısakürek (1943-1952)

Meltem Salimoğlu 1

PIAAC, Uluslararası Yetişkin Becerilerinin Ölçülmesi Programı, Sonuçlarının Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Bağlamında Değerlendirilmesi

Evaluation of PIAAC, Programme For The International Assessment of Adult Competencies, Results In Context of Gender Equality

H. Eylem Kaya, Ceylan Yaşar 32

Siyasette Bir Cumhuriyet Kadını: Fatma Feriha Öztürk

A Republican Woman in Politics: Fatma Feriha Öztürk

Meltem Dartar Öztan, Serap Şahinoğlu 53

“52 Erkek 52 Hafta” Yazı Dizisi ve Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddeti, Erkeklerin Şiddet Anlatıları Üzerinden Tartışmak

The Article Series of “52 Men 52 Weeks” and Discussing the Violence against Women via the Men’s Narratives of Violence

Şenay Leyla Kuzu 77

Instagramda Kadın Etkileyiciler: Bir Etki Ekonomisinde Ticaretin Kadınsılaştırılması

Women Influencers on Instagram: The Feminization of Commerce in an Influence Economy

Özlem İrmak Balkız 100

Derlemeler / Reviews

Türk İş Yaşamında Kadın Çalışanlara Yönelik Ayrımcılık Üzerine Kavramsal Bir Tartışma: Dikey Ayrışma

A Conceptual Discussion on Discrimination Against Female Employees in Turkish Business Life: Vertical Segregation

Nurettin Gürcan 133

Dijital Bağımlılığın ve Dijital Oyunların Toplumsal Cinsiyet Perspektifi ile İncelenmesi

A Gender Perspective on Digital Addiction and Digital Games

Okan Vardar 159

Pembe ve Mavi İkiliğine Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Postmodern Feminist Bir Yaklaşım

A Postmodern Feminist Approach to the Pink and Blue Duality in the Context of Gender

Arzum Uzun 178

Çeviri

R. W. Connell’in “Erkeklikleri”: Yanıt

R. W. Connell (Çev. Damla Tanal Tatar) 197

Kongre Değerlendirmesi

I.Uluslararası Akdeniz Kadın Çalışmaları Kongresi

Seda Kocabıyık, Çağrı Elmas 201

Çok Partili Döneme Geçişte Kadın Sembolü: Necip Fazıl Kısakürek Örneği (1943-1952)

*Woman Symbol in the Transition to Multi-Party System: The Case of Necip Fazıl
Kısakürek (1943-1952)*

Meltem Salimoğlu*

Öz: Necip Fazıl, İslam'ın siyasallaşmasına ve sağ muhafazakâr kesimin siyasal dilinin dönüşümüne katkıda bulunmuş aktörlerden biridir. Bu çalışmada, 1943-1952 yılları arasında Necip Fazıl'ın kadına bakış açısı odağında, kadın erkek eşitsizliğinin siyasallaşmasındaki rolü değerlendirilmiştir. Necip Fazıl incelenen dönemde Büyük Doğu ideali adını verdiği bir teori inşa etmiş ve teorinin hedefi olan Başyücelik Devleti tasarımı, kadının devlet ve toplum tarafından denetlenebileceği bir sistem kurgulamıştır. Necip Fazıl'ın 1943-1952 döneminde yayımladığı *Büyük Doğu* dergisinde kadınlarla ilgili metinlerinin incelenmesiyle oluşturulan bu makalede, Necip Fazıl'ın tasarladığı devlet modeli içinde kadını nasıl konumlandığı, nasıl sembolleştirdiği, önceki dönemlerden devraldığı cinsiyetçi söylemi hangi biçimlerde ve değişikliklerle yapılandırdığı, ideolojik söyleminde dini öğeleri nasıl ve hangi amaçla kullandığı analiz edilmiştir. Necip Fazıl'ın yazılarında, kadına yönelik ayrımcı söylemi ahlâk ve din kavramlarıyla meşrulaştırmaya çalıştığı, Cumhuriyet rejimi ve kurucularına yönelik eleştirilerini kadının Cumhuriyet dönemindeki toplumsal konumu ve yaşam biçimi odağında örtük şekilde yaptığı görülmektedir. Bu bağlamda Necip Fazıl, kendisi ile aynı ideolojiyi savunan kesimlere rejim eleştirisini de içinde barındıran kadın erkek eşitsizliğine ilişkin dikkate değer bir literatür devretmiştir.

Anahtar Kavramlar: Necip Fazıl Kısakürek, Çok Partili Dönem, Cinsiyet Eşitsizliği, Cinsiyetçi Söylem, Cinsiyet Eşitsizliğinin Siyasallaşması.

Abstract: Necip Fazıl is one of the actors who has contributed to the politicization of Islam and the transformation of the political language of the right-wing conservative section. On the basis of his perspectives on women between 1943-1952, his impacts on politization of gender inequality are evaluated. During the years under examination, Necip Fazıl constructed a theory, named Büyük Doğu ideal and fictionalized a system in which women can be controlled by the state and society in Başyücelik State which is his theory's projected model. Necip Fazıl's published works concerning women in Büyük Doğu between 1943-1952 are evaluated to understand how he positions and symbolises women; constructs the sexist ideology he has taken over and how and why he employs religious elements in his ideological discourse. It

* Dr., Bağımsız Araştırmacı, meltemsalimoğlu@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8484-6526.

is revealed that Necip Fazıl seeks to justify his discriminatory discourse against women by using morality and religion in his texts and has implicit criticism towards the Republican regime and its founders on the basis of women's social positions and life styles in that period. In this context, Necip Fazıl handed over a remarkable literature concerning gender inequality including the criticism to the defenders of the same ideology.

Keywords: Necip Fazıl Kısakürek, Multi-Party System, Gender Inequality, Gendered Discourse, Politicization of the Gender Inequality.

Summary

In this study, Necip Fazıl Kısakürek's writings are evaluated with a focus on the woman. The study aims to reveal the role of discriminatory discourse against women by Necip Fazıl who is an opinion leader of the right conservative. In the study, the primary source is the *Büyük Doğu* magazine that starts to be published in 1943. Within the scope of 1943-1952, all articles published by Necip Fazıl and other writers are examined with a focus on women in the *Büyük Doğu* magazine.

In the study, John Thompson's analysis method has been used as an ideology analysis method which is developed as an original form of depth-hermeneutics. According to Thompson's method, the stages of ideology analysis are socio-historical analysis, formal linguistic analysis, and the reinterpretation of the meaning that is symbolized by the discourse (Thompson, 2013: 33-35). The study discusses three separate sections, including the eight-year period, socio-economic and political breakpoints, 1943-1945, 1945-1945, 1945-1950, and 1950-1952. However, this was transferred to the context generally produced by considering the limitation of the text. The formal linguistic analysis of Necip Fazıl's texts is made within the framework of Thompson's "operation categories of ideology". Necip Fazıl frequently refers to these categories, "justification", "rationalization", "narrativization", "unification" and "fragmentation" (Thompson, 2013: 83-84). Necip Fazıl has tried to justify and rationalize his ideological discourse with religion, and he has taken the support of the target audience in this way; he reinterpreted modernization with the narrativization strategy with religion and tradition. Moreover, he used "unification" and "fragmentation" to follow his ideology. The reinterpretation of the meaning of Thompson's method has enabled the originality of the study. In the literature, Necip Fazıl's perspective is analyzed by the evaluation of the texts that appear in independent parts. The conclusion of the study is that all these parts are gained and embodied in a whole. This whole is the "State of Başyücelik" which is an opposing regime design. Necip Fazıl has brought their thoughts on the woman in this state theory.

Necip Fazıl's viewpoint of women are within the critique of the Republican regime. The discomfort of the woman's public visibility, especially after the declaraton of Turkish Republic, is the point in this critic. Necip Fazıl has designed an Islamic State with a longing to the period before the Republic and therefore he designed women's position and role according to its ideology. Necip Fazıl's texts appear as typical examples of the discriminatory discourse based on female-male inequality. Necip Fazıl's featured concept in women-oriented writings is the "female's stragglng". In his opinion, the solution for "female's stragglng" is supervision. This audit will be provided with orders and prohibitions to be applied. The layout at the woman's house will be provided by the father, the brother and her husband, the order in social life will be inspected by the religious rules and the state. With the cause of Necip Fazıl, it is also seen that the rebuilt sexist approach in the multi-party period is still preserved by the right conservatives today.

Giriş

Necip Fazıl Kısakürek¹, sağ muhafazakâr kesimin düşünsel önderlerinden biri kabul edilmektedir. 1943 itibarıyla yayımlamaya başladığı *Büyük Doğu* dergisi aracılığıyla bu kesimin sözcülüğünü üstlenmiş, İslam'ın bir ideoloji olarak siyasallaşmasında önemli bir rol oynamıştır.

Bu çalışmada Necip Fazıl'ın 1943-1952 yılları arasında *Büyük Doğu* dergisinde yayımlanan yazıları, kadın odağında incelenmiştir. Necip Fazıl özellikle 1945 sonrası yazılarında rejim eleştirisini kadının toplumsal görünürlüğü perspektifinden dile getirmiştir. Bunun en önemli nedeni, kadının aynı zamanda Cumhuriyet kurucularının siyasal söyleminin nesnesi olarak konumlandırılmış olmasıdır. Necip Fazıl 1943'te *Büyük Doğu* dergisini yayımlayarak başladığı siyasal mücadelesini 1949'da siyasal bir cemiyet kurarak, 1950'de ise Cumhuriyet rejimine karşı tasarladığı ve "Başyücelik Devleti" adını verdiği modeli sunarak sürdürmüştür. Başyücelik Devleti, Necip Fazıl'ın ideolojik söylemini somutlaştırdığı devlet tasarımıdır. Bu tasarımın merkezi öğelerinden biri kadındır. Çalışmanın 1952 yılı ile sınırlandırılmış olmasının nedeni, Necip Fazıl'ın *Büyük Doğu* ideali adını verdiği, bir devlet ve toplum tasarımı içeren teorisini bu tarihe kadar inşa etmiş olmasıdır. Necip Fazıl bu tasarım içinde kadının rolünü dinî kurullarla muhafazakâr perspektiften yeniden yapılandırmıştır.

Necip Fazıl kadına yönelik düşüncelerini İslam diniyle meşrulaştırmaya çalışmıştır ancak İslam'ın kadına bakış açısı bu çalışmanın kapsamı dışındadır. Bunun nedeni, Necip Fazıl'ın bir din adamı değil, İslam'ı ideoloji olarak konumlandıran bir ideolog olmasıdır. Necip Fazıl'ın İslami bilgisinin yeterliliği ve derinliği de aynı nedenle tartışma konusudur². Diğer taraftan kültür,

¹ Necip Fazıl olarak anılacaktır.

² Necip Fazıl'ın İslami bilgisinin eleştirildiği bir çalışma için bkz. Mengüşoğlu, 2017.

gelenek, akrabalık ilişkileri, kapitalist modernleşmenin gelişimi ve sosyo-ekonomik koşullarla ve bu doğrultuda alınan siyasal karar ve uygulamalarla açıklanabilen cinsiyetçi söylemin kaynağının herhangi bir din olduğu iddiasının özcü bir yaklaşım olduğu düşünülmektedir. Nitekim “erkek egemenliğinin temel örüntüleri” ve bu doğrultuda ortaya çıkan ayrımcı söylem ve uygulamaların İslamiyet öncesinde ve diğer dinlerde de var olduğu bilinmektedir (Kandiyoti, 1996: 72).

Büyük Doğu dergisinin ve aynı zamanda Necip Fazıl’ın ideolojik söyleminin ilk dönemi olarak nitelendirdiğimiz 1943-1945 yılları, çalışmanın birinci bölümünü oluşturmaktadır. Bu dönemde kadına bakış açısı henüz bir devlet tasarımı içinde konumlandırılmamıştır. Diğer taraftan Necip Fazıl’ın rejim karşıtı bir devlet tasarımını sunabileceği koşullar da o dönemde olgunlaşmamıştır. İkinci bölüm, 1945-1950 dönemidir. Bu dönemde Necip Fazıl kadına bakış açısını dini öğeler kullanarak netleştirmiştir. Nitekim bu dönemin sonunda Necip Fazıl, Başyücelik Devleti’nin kurulmasından önceki aşamayı temsil eden “İslam İnkılabı” yazılarında bir İslam toplumu içinde kadını konumlandırmaya başlamıştır. Üçüncü bölüm 1950-1952 yıllarını kapsamaktadır. Bu dönemde Necip Fazıl Başyücelik Devleti’nin kurulacağı Büyük Doğu toplumunu ve devlet tasarımının hukuk kurallarını yayımlamış, bu doğrultuda kadının toplumsal görev ve sorumlulukları, kadına yönelik yasak ve sınırlamalar tam anlamıyla netleştirilmiştir.

Bu çalışmayla ortaya konulan değerlendirmenin literatüre katkısının iki yönlü olacağı düşünülmektedir. İlki, Türkiye’de dinî bir devlet tasarımı içinde kadının rolünü göstermesi açısından kadın odağındaki çalışmalara farklı bir perspektif önermesi, ikincisi Necip Fazıl’ın kadına bakış açısının incelendiği çalışmalara Başyücelik Devleti’nin bir çerçeve olarak sunulmasıdır.

1943-1945 Dönemi

1943-1945 yılları, güçlenen egemen sınıflarla birlikte muhalif görüşlerin de canlılık kazanmaya başladığı bir dönemdir. Nitekim TBMM’de iktidara yönelik ilk eleştiriler, 1943 itibarıyla yapılmaya başlanmıştır³. Necip Fazıl’ın düşüncelerini ideale dönüştürdüğü mecra olan *Büyük Doğu* dergisi, muhalif fikirlerin ilk kez gün ışığına çıkmaya başladığı bu dönemde, 1943’te yayımlanmaya başlar. *Büyük Doğu*’nun kuruluş başvurusunda, dergi “CHP ölçülerine uygun olarak bütün dünya olaylarını kucaklayıcı bir hareket” olarak nitelenmiş ve siyasal amacın “dünya hadiselerini fikir gözüyle işlemek” (Başkanlık Cumhuriyet Arşivleri, 1943: 6) olduğu belirtilmiştir. Başvuru gerekçesinin bu şekilde yazılmasının en önemli nedeni, hükümetin savaş yılları süresince basın üzerinde kurduğu baskıdır. Bu durum, *Büyük Doğu*’nun ilk döneminde hükümet tarafında, ılımlı bir çizgi izlemesi ve yapılan yayınların içeriğinin iç politik gelişmelerden ziyade savaş

³ İlk muhalefet, 1943’te Milli Korunma Kanunu görüşmelerinde ortaya çıkmıştır bkz. TBMM Tutanakları, 1943.

haberleri ve edebiyat ağırlıklı olması sonucunu doğurmuştur. Bu doğrultuda Necip Fazıl'ın kadın odaklı yazıları da dâhil olmak üzere ilk dönem yazılarını daha çok müstear isimle⁴ yazdığı, kendisiyle aynı bakış açısına sahip yazarların yazılarını kullanmayı tercih ettiği görülmektedir. Buna karşın hükümet politikalarını ve devam eden dünya savaşında Müttefikleri desteklediği yazılarında kendi ismini kullanmıştır.

Ahlâki Yozlaşmaya Muhafazakâr Çözüm: Kadının Evine Döndürülmesi

Necip Fazıl, 1905'te kendi ifadesiyle “evin veliahdı, baş gözdesi, erkek oğlun erkek oğlu” olarak dünyaya gelmiştir. (Kısakürek, 1974: 8-11). Batı tipi eğitim kurumlarında öğrenim gören Necip Fazıl önce Fransız Okulu, ardından Bahriye Mektebi ve son olarak da İstanbul Üniversitesi Felsefe bölümüne devam etmiştir. Kadının Cumhuriyet sonrası değişimine yakından şahit olmuştur. Necip Fazıl, 1943 öncesinde Cumhuriyet rejimini ve inkılapları destekleyen Kemalist aydınlardan biridir. 1943-1945 döneminde bu kimliğini muhafaza ediyor gibi görünmekle birlikte rejime karşı tasarladığı Büyük Doğu idealinin⁵ ilk kıvılcımları dergide üstü kapalı ifadelerle bu dönemde yer alır. Necip Fazıl ideolojik dönüşümünü bu dönemde henüz tamamlamamıştır. Kadınlara ilişkin yazıları da örtük şekilde rejim eleştirisi içerdiğinden genellikle röportajlar yoluyla ve diğer yazarların imzasıyla yayımlanmaktadır. Ancak dergideki tüm yazıların Necip Fazıl'ın onayı ve tashihinden geçtiği bilinmektedir (Kısakürek, 1985: 309). Dolayısıyla farklı isimlerle yazılan makale ve haberlerin pek çoğunun da Necip Fazıl'a ait olduğu söylenebilir. Bu dönemde özellikle “Röportajlarımız”, “Kadın ve Ev” ve “Muaşeret Edebi” köşelerinde kadının toplumsal konumunun eleştirisine rastlanmaktadır.

Büyük Doğu'nun ilk yılında Necip Fazıl kadının asli vazifesinin annelik olduğu görüşünü dinî öğeler kullanmadan sunmaktadır. Ona göre, kadın “yarının Türk çocuğunu doğuracak anadır” (Kısakürek, 1943: 15). 1944'ten itibaren bu görüşlerinde İslami öğelere rastlanmaktadır. Necip Fazıl'ın özellikle Hz. Muhammed'e atfedilen hadisleri yazılarında kullanarak kadına ilişkin bakış açısını desteklemeye çalıştığı görülmektedir: “Doğurmayan güzel kadını bırak ve doğuran bir kadın al! Zira ben kıyamet gününde ümmetler arasında sizin çokluğunuzla iftihar edeceğim” (Kısakürek, 1944: 10).

⁴ Çalışmada Necip Fazıl'ın müstear isimleri korunacaktır.

⁵ Necip Fazıl'ın Büyük Doğu ideali adını verdiği teori, üç aşamadan oluşur. İlk aşamada bir siyasal partinin kurulması, ikinci aşamada İslam İnkılabı ile koşulların hazırlanması, üçüncü aşamada ise İslami bir devlet olan Başyücelik Devleti'nin kuruluşu öngörülmektedir. Necip Fazıl'ın teorisini anlatan çalışma için bkz. Salimoğlu, 2020.

Necip Fazıl bu yıllarda dergide kadın fotoğraflarına da sıklıkla yer vermektedir⁶. 1943'te “Beyaz Perde” köşesinde yer alan bu fotoğraflardan birinde “İşte meşhur sanatkâr, gerçekten harikulade vücudu ile karşımızda” (Kısakürek, 1943: 9) ifadesini kullanmıştır.



Görsel 1. *Beyaz Perde* (Büyük Doğu, 1943, 9).

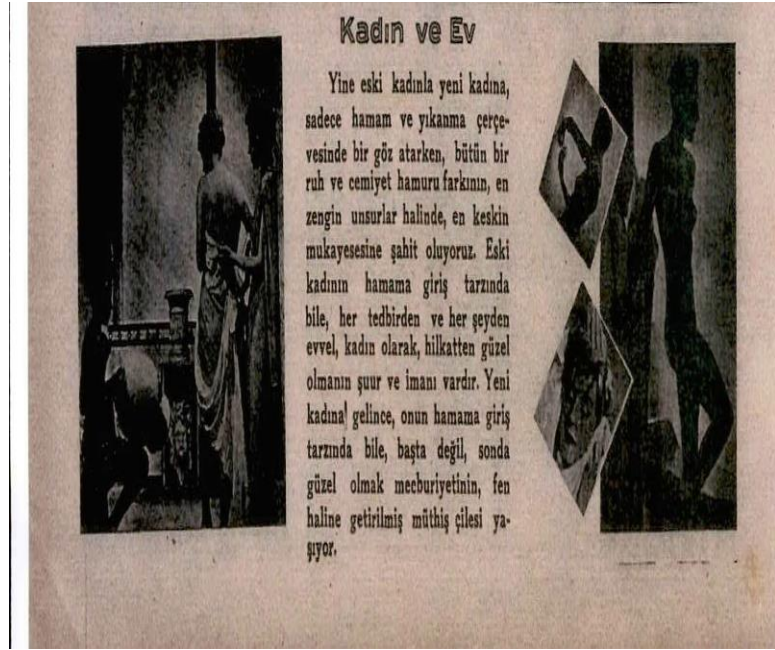
Necip Fazıl'ın Cumhuriyet eleştirisi de bu dönemde üstü kapalıdır. Örneğin kadının Cumhuriyet öncesi-sonrası değişimini anlattığı bir yazısında karmaşık ifadelere başvurduğu görülmüştür: “Dünkü kadın, herşeyden evvel maddesine ait bir zevk iptidailiğine rağmen, bir saffet [temizlik], bir iman ve muvazene [denge] örneğiydi. Bugünkü kadın yine maddesine bağlı büyüclük terakkilerinin yanında bir teşennüç [kasınma], şüphe ve ruhi ihtilal numunesidir” (Kısakürek, 1943: 9). Cumhuriyet dönemi eleştirisi derginin diğer yazarları tarafından daha doğrudan yapılmaktadır. Örneğin Suphi Nuri İleri'nin bir yazısında Cumhuriyet öncesi döneme özetlem, şu sözlerle ifade edilmiştir:

Eskiden bizde erkekler İslamiyetin müsadese ile dört kadınla nikâhsız bir kaç cariye alabilirlerdi. Şimdi ise nikâhlı kadından başka bir de metres alınıyor ve bu metres gitgide yeni geleneklerimize girmiş bulunuyor... Eskiden kadınlarımız kalın kafesler içinde yaşarlar, kalın çarşaf ve peçe kullanırlar ve böylece baba, amca, kardeş ve kocalardan başkasına tırnaklarını bile göstermezlerdi. Şimdi ise balolarda dekolte ve plajlarda mayo ile dolaşarak erkeklere göstermedik yerlerini bırakmıyorlar (İleri, 1944: 3).

Eski-yeni kıyaslamasına daha itidalli bir dille “Kadın ve Ev” köşesinde de yer verilir. Bu yazılarda da kadın fotoğraflarının kullanımına sıklıkla rastlanmaktadır. Örneğin yayımlanan iki fotoğrafın birinde tamamıyla çıplak, diğerinde üzerinde havlu olan bir kadın fotoğrafına yer verilmiştir. Havlu taşıyan kadın fotoğrafının altında “eski”, diğerinde ise “yeni” yazmaktadır. Bu

⁶ Necip Fazıl sonraki yıllarda benzer fotoğrafları yayımlayan basını “baldır bacak mecmuacılığı”, “fuhuş albümcülüğü” (Kısakürek, 2002: 276) şeklinde niteleyecektir.

iki fotoğraf şöyle yorumlanmıştır: “Eski kadının hamama giriş tarzında bile başta değil sonda güzel olmak mecburiyetinin fen [hile] haline getirilmiş müthiş çilesi yaşıyor” (Kısakürek, 1943: 9).



Görsel 2. *Kadın ve Ev* (Büyük Doğu, 1943: 9).

Necip Fazıl 1943'te kadını şu sözlerle tanımlar: “Giyimi, kuşamı, hali, tavrı, sözü, edası, yüzünün boyası ile bir kadından fazla bir makineyi, bir mankeni, bir kuklayı andıran kadın... cinsiyetini yalnız bir manâda tanıyan hareketlerinin tek maksadı olan mesuliyetsiz başı boş dişî” (Kısakürek, 1943: 15). Bu yazısındaki “kadının başıboşluğu” vurgusu, Necip Fazıl'ın özellikle sonraki yıllarda kadının toplumsal ve siyasal denetimi odağında şekillenen yazılarının ana ögesi olacaktır.

Büyük Doğu'nun bu döneminde Necip Fazıl röportajlar aracılığıyla da kadına ilişkin görüşlerini aktarır. Bu röportajlarda amaç, imzalı makalelerde açıkça dile getirilemeyen görüşlerin röportaj yapılan kişiye söylenmesi olarak gözükmektedir. Bu nedenle *Büyük Doğu*'nun ilk döneminde dergideki röportaj sayısı oldukça fazladır. Örneğin 1943'te bir ceza hâkiminin ağzından şu sözler yayımlanır: “Kadın memurdur, kadın ameledir, kadın sokaktadır, kadın şuradadır, buradadır. Kadın değil mi ki aile yuvasından uzaklaşmıştır, artık herşey çıkırından çıkmıştır” (Muhsinoğlu, 1943: 4). Bu dönemde kadınlarla ilgili en dikkat çekici yazı da yine bir röportaj şeklinde yer alır. Kadının toplumsal görünürlüğüne eleştirildiği bu yazıda bir “muhabbet dellâli” [komisyoncu, aracı] ile röportaj yapılmıştır. Gözleri siyah şeritle kapatılmış kadın fotoğrafı ile birlikte şu ifadeler yer alır:

Kadın hususi ambalajı içinde yabancı gözlerden itina ile saklanan bir memnu yemiş gibi ancak mahrem meclislerde sofraya getirilir, onu elde etmek için mutlaka araya vasıtalar koymak icap

ederdi... İstediginiz, beğenebileceğiniz kadınlar işte caddelerden taşıyor... Şimdikilerin ateşi kendinden... Hey gidi günler hey. Bir zamanlar sizin gibi beyler bir muhabbet dellâlı geçse diye yolumuza bakarlardı (Güngör, 1943: 15).



Görsel 3. Röportaj Fotoğrafi (Büyük Doğu, 1943: 15).

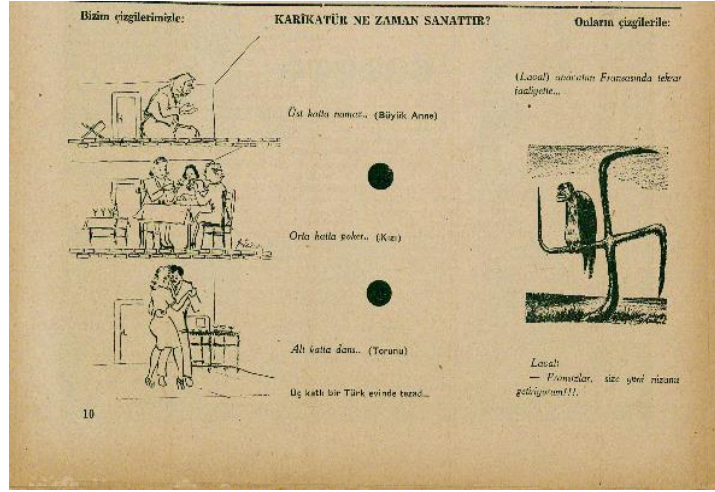
“Röportajlarımız” köşesinde yer alan bir başka yazıda, “dokuz fahişeyle” söyleşi yapıldığı belirtilmiş ve kadınların toplumsal konumlarının değişimiyle fuhuşun artışı arasında bağlantı kurulmaya çalışıldığı görülmüştür. Yazıda *Büyük Doğu* dergisinin “mikropları teşhis eden bir bakteriyolog makamında” olduğu belirtilmiştir. Bu doğrultuda dokuz kategoriye ayrılan kadınlar, “mahalle kızı, randevu evinin bakiresi, münevver sürtük, umumhane dilberi, mama, yeni bir tip, yangın yeri sermayesi, bar artisti, kibar fahişe” şeklinde isimlendirilmiştir. Röportajda ilk kez bir sporcuya âşık olduğunu ifade eden kadına “kızlığınız ona mı gitti” sorusu yöneltilmiştir (Muhsinoğlu, 1943: 4-16). İşçilerle yapılan bir başka röportajda ise işçiye sorulan “niçin evlenmiyorsun” sorusu şöyle cevaplanmıştır: “Korkuyorum helâl süt emmiş kadın şimdi az. Ben de başım eğik gezemem” (Muhsinoğlu, 1943: 16).

Büyük Doğu'da kadının mesleki faaliyetlerinin de eleştiri konusu olduğu görülmektedir. Örneğin Vecdi Bürün kadın romancılara ilişkin şunları yazmıştır: “Başka memleketlerdeki kadın romancılarla bizimkileri mukayese edersek ötekilere yazık ederiz... Memleket kültürü, halis sanat bakımından bunların yaptıkları bir salgın hastalığın zararlarından daha az tehlikeli sayılmamalıdır” (Bürün, 1943: 6). Sanatçılarla yapılan bir başka röportajda da benzer bir görüş savunulmuştur: “Keyfiyette [nitelikte] erkek, kemiyette [nicelikte] ise kadın üstünlüğü göze hemen çarpar. Zaten her sahada böyle değil midir” (Muhsinoğlu, 1944: 15). *Büyük Doğu*'nun bu döneminde Necip Fazıl'ın eşi Neslihan Kısakürek adıyla da yazılar yayımlanır. Bu yazıların aslında eşi tarafından

yazılmadığı, Necip Fazıl'ın bu ismi de müstear olarak kullandığı bilinmektedir⁷. Buna karşın Neslihan Kısakürek imzasıyla yayımlanan bir yazıda “Aman dedi kocam, yazına böyle gir, hiçbir başlangıç bu kadar güzel olamaz” ifadesi yer almıştır (Kısakürek, 1945: 13). İlki 1945'te yayımlanan bu yazılarda kadının ev hayatının yüceltilme çabasına rastlanmaktadır: “Tramvaylardaki insan pestilinin yüzde 60'ını kadınlar oluşturuyor. Kadınlarımız sabahın en erken saatinden en geç vakte kadar sokaklarda... Öz evi, kadının cehennemi oldu” (Kısakürek, 1945: 13).

Necip Fazıl bu ilk dönemdeki yazılarında din vurgusundan ziyade adeta dini arkasına gizlediği ahlâk kavramını kullanır. 1943 yılı sonlarında derginin ahlâk davasını örgütlendirmeye yönelik çalışacağını açıklar. Ahlâkın bozulmasını modernleşme perspektifinden yorumlayan Necip Fazıl'ın bu metinlerde örtük şekilde rejimi eleştirdiği düşünülmektedir. Necip Fazıl'ın ahlâkın bozulması savında en sık kullandığı sembollerden biri kadındır. Örneğin dergide, piknik alanında bir kadın ve erkeğin fotoğrafına yer verilmiştir. Fotoğraf yorumunda “Zevk ve cinsi terbiye zaafına karışık (modern hayat) telakkimiz” ifadesi yer almaktadır (Büyük Doğu, 1943: 3). Necip Fazıl modernleşme ve ahlâk arasında kurduğu ters orantıyı “üç katlı ev” metaforunu kullanarak anlatır. Kadın bu anlatımda da merkezi öge olarak karşımıza çıkar. Üç katlı evin en üst katında namaz kılan büyük anne vardır. Orta katta büyük annenin poker oynayan kızı resmedilir; alt katta ise torunu dans etmektedir. “Üç katlı bir Türk evinde tezat” (Büyük Doğu, 1943: 10) başlığıyla verilen bu çizimin ardından Necip Fazıl “Ahlâk Sukutumuzun Tarihçesi” başlıklı bir yazısında Cumhuriyet dönemini anlatırken yine bu metaforu kullanır ve şunları yazar: “Üç katlı Türk evi, üst katta 80 yaşındaki büyük hanımın ağlaya ağlaya namaz kıldığı, orta katta 40 yaşındaki hanımefendinin âşıkları ve ahabları ile birlikte (poker) oynadığı, alt katta 18 yaşındaki küçük beyin (kukaraça) [bir dans şarkısı] ahengi ile tepindiği garip bir tezat ve uygunsuzluk sergisi haline geldi” (Kısakürek, 1943: 16).

⁷ Necip Fazıl'ın kullandığı müstear isim listesi için bkz. (Salimoğlu, 2020: 4).



Görsel 4. *Karikatür Ne Zaman Sanattır?* (Büyük Doğu, 1943: 3).

Büyük Doğu'da kadının giyimi, eleştirilen konuların başında yer almaktadır. Necip Fazıl bu eleştirisini de modernleşme perspektifinden yapar. *Büyük Doğu*'nun baş davasının “şahsiyet” olduğunu söylediği yazısında “kadının asrılık yaftası altında büründüğü kılık” (Kısakürek, 1943: 9) ifadesini kullanır. Savaş süresince Müttefikleri destekleyen, Amerika'nın savaştaki gücüne dair pek çok yazı yayımlayan, dergisine Amerikan reklamları alan Necip Fazıl Amerikalı kadınların giyim tarzlarını da Türk kadınlarına örnek göstermektedir. *Büyük Doğu*'nun bu ilk döneminde Amerikalı modacıların belirlediği giyim tarzı desteklenmektedir (Büyük Doğu, 1943: 9).



Görsel 5. *Kadın* (Büyük Doğu, 1943: 9).

Necip Fazıl'ın ahlâki bozulmayı kadın odağında doğrudan rejimle ilişkilendirdiği yazıları 1945 itibarıyla başlayacaktır. 1945'te çok partili sisteme geçilmiş, kısa süreli özgürlük döneminde Necip Fazıl da ideolojik konumunu netleştirmiştir. 1945 sonrası Necip Fazıl eleştirilerini “muhalif değil, dava sahibi” (Kısakürek, 1946: 16) kimliğiyle sürdürecektir.

1945-1950 Dönemi

Bu dönemde iç politikada en önemli gelişme çok partili sisteme geçilmesidir. Böylece savaş döneminde ilk kıvılcımları görülen muhalefet resmîyet kazanmıştır. Dış politikada ise Türkiye iki kutuplu dünyada ABD'nin tarafında yer almış, savaş sonrası Sovyetler Birliği'nin Türkiye'den toprak ve üs talepleri, bu kararın en önemli gerekçesini oluşturmuştur. ABD'nin hegemonik söyleminin temel öğeleri demokrasi ve özgürlük, Türkiye'de kısa süreliğine siyasi kararlara da yansımış, bu doğrultuda siyasi cemiyetlerin daha rahat kurulabilmesine olanak sağlanmış, basın üzerindeki baskı bir ölçüde azaltılmıştır. Ancak ABD'nin ideolojisi olan antikomünizm kolaylıkla benimsenecek, kurulan siyasi örgütlenmeler komünizmle mücadele doğrultusunda kapatılırken basın üzerindeki baskı da arttırılacaktır. Özellikle sol örgütlenme ve yayınlara yönelen bu baskı, sağ muhafazakâr kesimler için alan yaratmıştır. Tek partili dönemde bastırılan bu çevre aktörler komünizmin dinle ve vatan sevgisiyle durdurulacak bir güç olduğu retorüğini dolaşıma sokarak merkeze doğru hareketlenmiştir. 1945-1950 döneminde Türkiye'de liberalizm ve muhafazakârlık, yükselen iki ideoloji olarak karşımıza çıkmaktadır. Demokrat Parti'nin muhalefetini bu iki ideoloji üzerine kurması ve çıkarları doğrultusunda serbest piyasa sistemini, geleneksel değerleri savunan egemen sınıfların da desteğini almasıyla 1950'de iktidar değişimi kaçınılmaz olacaktır. Bu siyasal perspektif, Necip Fazıl'ın savunduğu ideolojiyi kitlelere sunabileceği ve rahatlıkla savunabileceği koşulları yaratmıştır.

Muhafazakâr Misyon: Kadının Kurtarılması

Necip Fazıl'ın bu dönemdeki yazılarının odak noktasında kadınların giyim tarzı yer alır. Necip Fazıl'a göre kadının nasıl giyinmesi gerektiği dinî emirlerle belirlenmiştir; bu nedenle emirlere “sımsıkı bağlı kalmak” gerekmektedir (Kısakürek, 1946: 16). 1944'te Türk kadınlarına Amerikan giyim tarzını tavsiye eden Necip Fazıl, bu görüşünü güncelleyerek 1946'da *Büyük Doğu*'nun kapağında saçları yarı örtülü bir kadın fotoğrafı kullanır ve benimsediği yeni giyim tarzını sunar (Kısakürek, 1946: 1). Kadının giyim tarzını bu dönemde detaylandıran Necip Fazıl “mektepli kızlar, genç kızlar ve evli kadınlar” için ayrı modeller olması gerektiğini savunur. Bu sınırları şöyle ifade eder: “Genç kızlarda giyim... her çizgisi ve her rengiyle derin bir ismet ve iffet edasını heykelleştirmek... Evli kadınlar... bütün dar ve teşhirci giyim şekilleri, fazla süs gayretleri, kısa etek, açık saçık, mübalağayla boya, koku vs. bizim esas telakkimize zıt olduğu kadar dünyanın bütün muaşeret edeplerine de taban tabana zıttır” (Kısakürek, 1946: 16). 1946'da İslam dinini “esas telakki” ya da “kök telakki” şeklinde üstü kapalı olarak ifade eden Necip Fazıl sadece bir yıl sonra 1947 itibarıyla İslam kavramına sıklıkla başvurmaya başlayacaktır. Aynı yıl ilk kez şeriat ifadesini de kullanan Necip Fazıl, şeriata göre “kadının kocasına teslim edildiğini”,

kadının yüzünden başka hiçbir noktasını çıplak olarak göstermemesi gerektiğini söylemiştir (Kısakürek, 1947: 2). Bu düşüncesini şöyle ifade eder: “Kadın yüzünden başka hiçbir noktasını çıplak olarak göstermeyecek derecede hayâ ve hicap ifade eder. Tek tel saçın bile dâhil olduğu bu hayâ ve hicap şartları yerine geldikten sonra kadın aynı İslam cemiyet ve beldesinin aynı meydanında en faal ve vazifedar bir unsur olabilir” (Kısakürek, 1947: 2). Belirlenen bu sınırların dışında yer alan kadınlar bir anlamda *Büyük Doğu*’nun hedefindedir. “Milli isyan” ve “Türk kadını ibret al” başlıklarıyla yayımlanan bir haberde kullanılan fotoğrafta, kadının yüz ifadesine dikkat edildiğinde bir eğlencede çekilmiş olabileceği düşünülmektedir; ancak haber metninde Fransa’da bir kadının açık giyinmesi nedeniyle linç edilmeye çalışıldığı yorumu vardır. Haber şöyledir: “Bu kadının üzerine çullanmışlar ve gün ışığı altında ve herkesin gözü önünde üstünü başını yolarak şık ve açık saçık kadını kepaze etmişlerdir... Bugün Fransa gibi serbestlik ve hafiflik merkezi bir yerde bile artık lüks ve açık saçıklık milli bir isyan doğuracak kadar halk yığınlarına tesir etmeğe başlar. Acaba biz bu mevzuda... Vaziyetimizi düşünüyor muyuz? İbret al”⁸ (Büyük Doğu, 1948).



Görsel 6. İbret Al! (Büyük Doğu, 1948: 1)

Necip Fazıl’ın bu dönemde de kadının mesleki faaliyetlerini eleştirdiği görülmektedir. Bu eleştirisini yine dinî bir çerçeveye yerleştirir: “İslam’da kadına hâkimlik ve imamlık yasaktır... Kadının... en yüksek ve ulvi mevkii... erkeğinin yuvasıdır” (Kısakürek, 1947: 2). Kadınların

⁸ Necip Fazıl 1969’da bu haberi yeniden hatırlatmıştır. Kayseri’de açık giyindiği gerekçesiyle bir grubun saldırısına uğrayan kadına ilişkin yazısında saldırganların haklı olduklarını savunmuştur (Kısakürek, 1969: 19).

Cumhuriyet dönemindeki değişiminin “en çok Necip Fazıl’ı sarstığını” belirten Ergun Göze⁹ şu anısını anlatacaktır:

Necip Fazıl bir defasında yine mevkuttur ve dayanılmaz ıstıraplar içindedir. Ve bunu temin için, içinde bulunduğu dayanılmaz haksızlığı ve acıyı o kadar belagâtle belirtir ki, heyetin birisi kadın olan azasının gözlerinden yaş süzölmeye başlar. Fark eden üstat durur ve herkesin aynı manzarayı görmesini temin ettikten sonra ‘İşte der, şeriatın bir sırrı daha tecelli etti: kadından ceza hâkimi olmaz (1993: 69).

Büyük Doğu’nun bu döneminde de dergideki farklı yazarlar tarafından Necip Fazıl’ın düşünceleri desteklenmektedir. Cafer Seno’nun “Kadın Çalışmamalı” başlıklı yazısı, Necip Fazıl’ın bakış açısını net bir şekilde yansıttığından önemlidir. Seno yazısında şunları söyler:

Hiçbir ihtiyaç ve mecburiyet olmayarak iki kızın işe girmesi umumi iş kadrosunda iki erkeğin açıkta kalması demektir... Bu suretle iki ailenin teşekkülüne mâni olunmuştur ki, bu da cemiyet hesabına çok mühim bir zarardır... Kadın zaten aile gibi büyük bir işin başındadır. Dünya kuruldu kurulalı işsiz kadın görülmemiştir. Onun ezeli ve ebedi, tek ve eşsiz bir işi vardır ki o da anneliği ve ailedir... Maalesef çalışan kadınlardan pek çoğu malik oldukları hürriyet ve istiklali kaybetmemek maksadıyla meşru evlenmeye taraftar olmayarak serbest yaşamayı tercih ediyorlar. Bu halin cemiyetin nüfus hareketiyle olan alâkasından başka ahlâk telakkileri üzerindeki tesiri de ayrı ve muazzam bir meseledir” (1946: 3).

Bu dönemde *Büyük Doğu*’da yayımlanan “Muaşeret Edebi” köşesinde de kadınların davranış biçimlerine ilişkin uyarılar yer almaktadır. Örneğin etek giyen kadınlara verilen tavsiye şöyledir:

Kadınlığımızın oturuş edebinde evvela bu kadar açıldıktan sonra mütemadiyen sahte jestlerle örtünmeye çalışmak evvelkinden daha çirkin ve daha davetkâr bir mana kazanır. Evvela böyle oturmayınız; bir kere oturduktan sonra da her defa yeni baştan açıp [etekten bahsediyor] yeni baştan kapatma hareketleriyle büsbütün gözleri kendinize çağırmayınız. Buna ahlâk maskesi altında büsbütün ahlâksızlık derler (Kısakürek, 1947: 15).

Necip Fazıl’ın bu dönemde kadına yönelik en ağır eleştirilerinin odak noktası, 19 Mayıs gösterileridir. Necip Fazıl, Cumhuriyet’le birlikte resmî bayramların dinî bayramlardan daha önemli sayılmaya başladığını söyler (Kısakürek, 1946: 8). Resmî bayramlara karşı tepkisini, kadınları odak noktası yaparak 19 Mayıs Bayramı kutlamalarında dans eden öğrenciler üzerinden dile getirir. 19 Mayıs kutlamaları, *Büyük Doğu*’da tam sayfa haberlerle verilir. Örneğin “Bunlar mektep ve aile kızlarımızdır” başlığıyla *Büyük Doğu*’nun kapak sayfasında bir haber yer almıştır. Haberde kullanılan fotoğrafta kadınların gözleri siyah şeritle kapatılmıştır (Büyük Doğu, 1946: 1).

⁹ Ergun Göze, Necip Fazıl’ın bir dönem avukatlığını yapmıştır ve kendisini yakından tanıyan isimlerden biridir.

Fotoğraf altındaki yorum şöyledir: “Hayır bu manzara Avrupa’da yoktur!!! Bu manzara yalnız Foliberjer’de [o dönemde popüler olan revü] ve Holivut gösterilerinde vardır! Avrupa’da kız talebe bacaklarını yakan ve ısırgan keçe gibi kalın simsiyah çoraplar giyer ve çenesinden topuğuna kadar hicap eder” (Kısakürek, 1946: 1). 19 Mayıs gösterilerine ilişkin bir başka haberde “açık saçık dans eden” kadınların vücutlarının sadece göğüs ve bacak bölümleri kullanılarak şu yoruma yer verilir: “Resimde gördüğünüz bakire göğüslerini acaba dünyanın neresinde görebilirsiniz” (Kısakürek, 1947: 15).



Görsel 7. 19 Mayıs Kutlamaları (Büyük Doğu, 1947: 15).

Kadınların plaja gitmeleri de Necip Fazıl'ın eleştiri odaklarından biridir. Plajdaki kadınların fotoğrafları rejimin hedefleriyle ilişkilendirilerek eleştirilir. *Büyük Doğu*'nun kapağında, üç bikinili kadının fotoğrafının altında “Medeniyet şartı plaj... kabalık, çirkinlik, açıklık” ifadesi kullanılır (Büyük Doğu, 1946: 1). Plaj yazıları, bu haberlere özel bir muhabirin görevlendirilmesiyle sürdürülür. Necip Fazıl'ın muhabire “plaja git ve göreceğin kepezelikleri yaz” talimatı verdiği haberde yer almaktadır. *Büyük Doğu*'da günlerce süren bu yazı dizilerinde plajda kadınların nasıl giyindikleri, nasıl davrandıkları anlatılır. Kadını “ev, çatı altı denen sığınağın korkunç firarileri” olarak niteleyen Muhabir Mithat Özkök, plaj izlenimlerini şu sözlerle ifade eder: “Üstat beni kepezelik görmeye gönderdi ama ben sayı hesabıyla kepezelik değil, yekpare bir dünya görmekten geliyorum. Bu dünyanın ismi sadece kepezeliktir” (Özkök, 1946: 15). Bu ve benzer haberlerde plajlar, “cinsi ahlâk sükûtunun panayırı” ve “fiili zina yeri” olarak nitelenir.

Necip Fazıl plaj yazıları gibi, yine günlerce süren fuhuş yazı dizileri hazırlar. Bu yazılarda fuhuşun artışının özellikle kadının yükseköğrenim görmesiyle ilişkilendirildiği görülmektedir. Bu yöndeki sistematik yayınlar, okuyuculardan gelen ihbar içerikli mektuplarla zenginleştirilmektedir. Haberlerde, üniversitede kadınların “iffetsizce davrandıkları”, “fahişe gibi hareket ettikleri” (Büyük Doğu, 1949: 9) ifadeleri yer almaktadır. Bu doğrultuda yayımlanan bir haber dikkat çekicidir. Erenköy Kız Lisesi’nde görevli bir boyacının “Abdesthane mecralarında düşürülmüş muhtelif çocuk ölüleri bulduk. Onları toprağa gömdük” (Kısakürek, 1949: 16) sözlerinin yer aldığı haber, *Büyük Doğu*’da tam sayfa yayımlanır. Necip Fazıl, boyacının anlattıklarını, kendisi de dâhil dört şahitle dinlediklerini söyler. Necip Fazıl bu yönde haberlerin *Büyük Doğu*’da yayımlanma gerekçesini ise “davanın odak noktalarından biri olan kadını gerçek ve muazzaz noktaya ulaştırmak” ve “kadının mikroplardan kurtulması” şeklinde açıklar (Kısakürek, 1949: 11). Necip Fazıl’a göre bu yayınlar Türk kadınının haklarını korumaya yöneliktir. Diğer taraftan “din ve ahlâk adına ödemeye mecbur oldukları bir borç” olarak *Büyük Doğu*’nun görevidir. Bu misyonu *Büyük Doğu*’nun kapağına bir kadın ve çocuk çiziminin altındaki şu sözlerle yansıtır: “Bizi kurtarınız: Türk kadını ve çocuğu” (Büyük Doğu, 1948: 1).

Bu dönemde bazı muhafazakâr derneklerin “ahlâksızlıkla giriştiği savaş” nedeniyle Necip Fazıl’ı mektuplarıyla destekledikleri görülmektedir. Nitekim bunlar *Büyük Doğu*’da yayımlanmaktadır (Büyük Doğu, 1949: 1). Buna karşın fuhuş temalı yazıların zaman zaman tepki çektiği de görülmüştür. Necip Fazıl kendisini eleştirenlere şu cevabı verir:

Yağmur suyu kadar temiz, yeni yağmış kar gibi beyaz, ruhu ve başörtüsü iffet ve ismet örgüsü tülbentlerden daha pak Türk annesi, Türk kadını ve Türk kızı adına çıkartığımız prensip sesine karşı uludular... DXB bir fuhuş hafiyesi değildir... Fazilet davacıları müfteri diye gösterilmek istenir böylece fuhuş alenen himaye edilir ve mesele ters tarafından ahlâki ve içtimai bir dava haline getirilmek istenirse, o zaman bu vatanda hiç kimse DXB ile başa çıkamaz... Mecbur edilecek olursak... En canhıraş vesikaları üst üste vermekten bir an bile tereddüd etmeyeceğiz (DXB, 1949: 3).

Eğitim gören kadınların fuhuşla ilişkilendirilmesine ilişkin yayınlar TBMM gündemine de taşınmıştır (TBMM Tutanakları, 1949). Kırşehir Milletvekili Sahir Kurutluoğlu soru önergesinde “memleketin yarınki entelektüel annelerine bu derece ağır ithamlarla dil uzatmanın bütün topluma karşı işlenmiş bir suç” olduğunu belirtmiştir (TBMM Tutanakları, 1949: 231). Kurutluoğlu’nun *Büyük Doğu*’da üniversiteli kız öğrencilere yönelik “ahlâk kaidelerini hiçe sayarak yapılan isnatlar” için nasıl bir adli işlem yapılacağına ilişkin önergesi, Adalet Bakanı Fuad Sirmen tarafından cevaplanmıştır. Sirmen cevabında bu yayınlar hakkında soruşturma açılmasının yayına konu olan

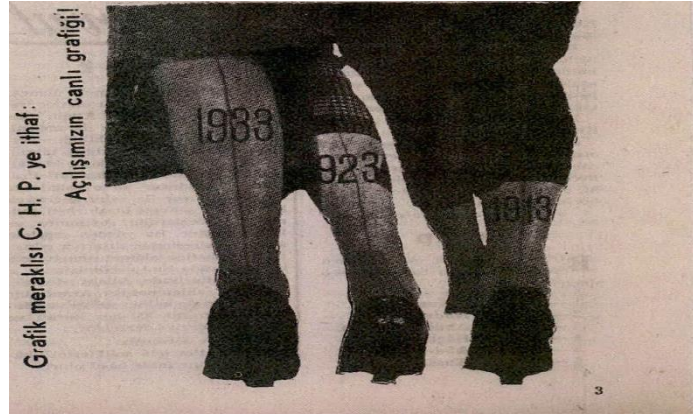
kişilerin şikâyetine bağlı olduğu ve bu yönde bir talep gelmediği açıklamasını yapmıştır (TBMM Tutanakları, 1949: 228).

Necip Fazıl her ne kadar kadını davasının odak noktası şeklinde nitelese de rejimin bu yolla eleştirisi hukuki sorunlardan kaçınmak için güvenli bir yol olarak gözükmektedir. Necip Fazıl Cumhuriyet döneminde kadınlarla ilgili yapılan düzenlemeleri şu sözlerle eleştirir: “Kaçgöçü¹⁰ kaldırdılar ve kadınları açtılar... Kadına tütün ameleliğinden, hâkim kürsüsüne kadar her iş sahasını açık tuttular” (Kısakürek, 1946: 2). Özellikle 1946 seçimlerinin ardından CHP’ye yönelik eleştirilerini arttıran Necip Fazıl, Cumhuriyet’in kurucu kadrosunun kadınlara sağladığı politik, kültürel, medeni haklara ve eğitim hakkına tepki göstermektedir. CHP’nin 1946 seçimleri için hazırladığı bir afişte kullandığı “Türk kadını, reyini sana rey hakkı verenlere ver” ifadesini Necip Fazıl şöyle eleştirir: “Bu nasıl sözdür? Erkeklerden umut kesilmiş de iş kadınlara mı kalmıştır?... Ce ha pe’nin rakipleri, Türk kadınına rey hakkı vermeyenler midir? Bugünün ana meselesi bu mudur? Ce ha pe’nin Türk kadınına ne verdiğini veya ondan ne aldığını münakaşaya talip midirler” (Kısakürek, 1946: 9). Necip Fazıl CHP’ye şöyle bir afiş önerir: “Kadınlar reyinizi bana verin. Sizi ben açtım. Ana, baba, koca, hoca, ağabey murakabesinden [denetiminden] sizi ben kurtardım” (Kısakürek, 1947: 16).

Necip Fazıl bir başka yazısında bu kez kadın kıyafetleri üzerinden rejimi eleştirir. *Büyük Doğu*’nun kapağında kadın bacaklarını kullanarak “ahlâk sükûtumuz yükselişte” yorumuna yer verir. (Büyük Doğu, 1947). “Grafik meraklısı CHP’ye ithaf: açılışımızın canlı grafiği” başlığıyla yayımlanan haberde, diz altı etek giyen kadın fotoğrafının altında 1913, diz ve diz altı arasında etek giyen kadın fotoğrafının altında 1923, diz seviyesinde etek giyen kadın fotoğrafının altında ise 1933 yazmaktadır (DXB, 1949: 3)¹¹.

¹⁰ Kaçgöç, “Müslüman kadınların erkeklere görünmemeleri, bir arada oturup konuşmaktan kaçınmaları” anlamına gelmektedir. Bkz. TDK Sözlük.

¹¹ Necip Fazıl’ın etek boylarına ilişkin sonraki yıllarda da yazıları yayımlanmıştır. 1969’daki bir yazısında mini eteği “dini ölçüyle zinanın eşiğindeki büyük günah... ruhi ölçüyle erkekte cinsi alâkayı son hadde kadar mıncıklamakla onu körleştiren ve hayal zevkini kurutan vahşi açıklık... içtimai ölçüyle her ferde karısını kızını nazari planda zinaya sürüklemenin mahzursuzluğunu telkin edici sosyal yüz karası... adli ölçüyle azmettiricilik fiilinin tam telkincisi ve suçlu erkeğe işletip kendisi kenara çekilen en hain cürüm” ifadeleriyle yorumlamıştır (Adideğmez, 1969: 16).



Görsel 8. *Grafik Meraklısı* (Büyük Doğu, 1949: 3).

CHP'nin eğitim politikasını ve özellikle karma eğitim sistemini eleştiren Necip Fazıl şunları söyler: “Kız ve erkek talebe arasında toplu öğretim kanunlaştırıldı. Kız ve erkek talebe hocaların gözleri önünde birbirinin iştahını kabartmak sanatından başka birşey sevdiremedi” (Kısakürek, 1947: 2).

1948 itibarıyla Necip Fazıl'ın hedeflerinden biri de Köy Enstitüleri'dir. Antikomünist ideolojinin zirvesi sayılabilecek bu dönemde kendisini “1 numaralı komünizm düşmanı” olarak niteleyen Necip Fazıl, Enstitülerde komünizm propagandası yapıldığını iddia etmektedir. Köy Enstitüleri'nde “Allah ve ahlâk düşmanı” (Kısakürek, 1949: 1) bir nesil yetiştirildiğini savunur. Diğer taraftan kadının eğitimiyle ahlaksızlığı ilişkilendirme çabasına Köy Enstitüleri örneğinde de net bir şekilde rastlanmaktadır. Köy Enstitüsü projesinin mimarlarından İsmail Hakkı Tonguç'un bir ziyaretinde kız öğrencilerin “kolları yukarı kadar sıvanmış çırılçıplak ve göğüsleri bilhassa göze çarpan dolgun tedevvürler [yuvarlaklar] içinde sâkilik yaptıkları” (Kısakürek, 1949: 1), Enstitülerde hamile kaldıkları (DXB, 1949: 1-4) iddiaları *Büyük Doğu*'da yayımlanmıştır. Aynı yıl Türk basınında belki de ilk kez bekâret raporu olduğu iddia edilen bir belgeye *Büyük Doğu*'da yer verilir.¹² Raporun, Düziçi Köy Enstitüsü öğrencilerinden birine ait olduğu belirtilmektedir. Necip Fazıl raporu şu sözlerle değerlendirir: “Dikkatle okuyacak olursanız, 14 yaşında bir kızın doktor muayenesi ile ne türlü bir iffet sakatlığı belirttiğini görür ve hayret ve dehşetten donarsınız” (Kısakürek, 1949: 4). Benzer bir haber, Samsun Köy Enstitüsü'nde okuyan kız öğrenciler için de yapılır. Necip Fazıl okulda Milli Eğitim'den bir yetkilinin teftiş yaptığını ve kız öğrencilerin hepsinin muayeneden geçirildiğini anlatır; kız öğrencilerle ilgili “çoğu anasının kızı”¹³ (DXB, 1949: 1-4) ifadesini kullanır.

¹² Necip Fazıl bu raporu 1971'de bir kez daha yayımlamıştır, bkz. Büyük Doğu, 1971: 14.

¹³ Necip Fazıl, “anasının kızı” ifadesini argodaki anlamıyla yani “kız (bakire) olmadığı halde öyleymiş gibi davranan ya da kız sanılan kadın” anlamında kullanmıştır (Koç, 2019: 108).

Mahmut Hasanoğlu'nun Köy Enstitüsünden 4 kız öğrenci ve 15 kadar da erkek öğrenci... Bunlar bir kamyon içinde Ankara'ya geliyorlar. Yolda kamyon bozuluyor. Talabeler o civarda bir köylünün tarlasına giriyorlar... Gece yarısı, duyduğu bir takım seslerden, tarlasına hürsüz girdiğini zanneden tarla sahibi birdenbire çıkageliyor. Rezaletin rezaletli 15 erkek öğrenci ile 4 kız öğrenci, alacak, birbirlerinin gözü önünde, hayvanı kaynamaların en korkuncu içindedirler... Köylüler bunları sopalarla kovuyor, hürsüz duyuluyor. Vekilete oksejyor ve işin malikemeye verilmesi icab ederken, Hasan Ali Yücel'in bir emriyle evrak şu muameleyi görüyor: Hifzil..

Mersin Düzüçü Köy Enstitüsünde, kısa boylu, esmer benizli, güzel sesli bir kız vardır. Bu kız, mitsamercilerde sık sık boy gösterir. Bir gün bu kız, ansızın hastalanıyor. İstifra etmeğe başlıyor. Revire yatırıyorlar. İlk muayenede kızın gebe olduğu meydana çıkıyor. İdare tahkikatına başlıyor. Kız, çocuğun babasını soruyorlar. Cevap tam üç kelimedir:
— Kimden olduğunu bilmiyorum!
İşbu kızın, ismi Emine Akıştir.
Ve işte vesikası!..

MERSİN
SAĞLIK YURDU
Sahip ve Müdürü: Doğum ve Kadın Hastalıkları Mühassısı
Dr. Süreyya KALABALIK

RAPOR

Mersin Düzüçü Köy Enstitüsü öğrencilerinden Silfike Taşucun nabiyesinden Mehmet Ali Kızı, yukarıda fotoğrafı ilişik Emine Akış'in hususi istek üzerine edilen muayenesinde:

1 — Gısa-yı bekâret her türlü cinsi mücameatin yapılmasına müsait derecede açık ve yırtılmış bulunduğu...
2 — Hale-1 sediyelerle mürtesez ve mongomeri hüdyebelerinin mütebârlık ve müşekkel olduğu...
3 — Mihbeli muayenede: Cism-i rahmın üçbuçuk aylık bir zolusu mahmul halinde dolgun ve müteharrik, yumuşak bulunduğu...

Netice:
İşbu öndört yaşlarında bulunan kızın, halen kızlık zarı bulunmadığı ve üçbuçuk aylık gebe olduğu, tespit edilen yukarıdaki seriri ârazdan anlaşılmiştir. İstek üzerine bu rapor verildi.

Mersin Sağlık Yurdu Sahip ve Müdürü

İmza ve Mühür

Mersin Maarif Müdürü Şefik Erşündüz tarafından vakı telefon, müracaat ve ricaları ile işbu Köy Enstitüsü muallim ve idare memuru refakatinde kız muayeneye getirilmiştir. Rapor, mazrufen işbu kimselere verilmiştir.

8/12/1945
(Raporun aslı dosyalarımızda mahfuzdur)

Görsel 9. Sağlık Yurdu (Büyük Doğu, 1949: 4; 1971: 14).

Necip Fazıl yazılarında komünistleri, “hayvandan aşağı yaratık” (Kısakürek, 1945: 8) şeklinde nitelemektedir. Kadın komünistler için ise şunları söyler: “Kız talebelere komünistlik temayülüne malik olanların hepsi keyfi ve hasbi [gönüllü] orospudur” (DXB, 1951: 16). Rejim eleştirisinin de örtük şekilde yer aldığı bir yazısında komünist sistemde kadınların konumunu şu sözlerle anlatır:

Komünizmanın saf doktrinler âleminde aileye yer yoktur... Çocuk cemiyetin malıdır. Üç yaşında çocuk sitelere gönderilecek ve orada köpek yavruları sürüleri halinde yaşayacaktır. Böylece bunların anneleri de çalışabilecek ve cemiyete (!) faydalı olacaktır. Kadın kocasının hiçbir murakabe, salahiyet hakkını tanımaz. İsterse ismini taşır, isterse taşımaz. Bir kelimeyle evlenir, bir kelimeyle ayrılır... Onlarca kadının erkek ve aile esaretinden tam bir kurtuluşu temin edilmedikçe tam bir inkılap olamaz (Kısakürek, 1949: 3)¹⁴.

Necip Fazıl'ın kadınlara ilişkin düşüncelerinin kaynağında şeyhi Abdülhâkim Arvasi'nin¹⁵ de etkisi olduğu söylenebilir. Arvasi'nin *Rabita-ı Şerife* kitabında 279 maddelik bir günah listesi yer almaktadır. “En büyük günahlar” başlığıyla verilen listede “kadınların işlediği günahların” çoğunlukta olduğu görülmektedir. Bunlar arasında, kadının eşinin izni olmadan odadan ayrılması, oruç tutması, hacca gitmesi, iki tarafa salınarak yürümesi, dışarıyı için süslenmesi, boşanma isteği en büyük günahlar arasında sayılmıştır (Arvasi, 1976: 112). Necip Fazıl benzer görüşleri Hz. Muhammed'e atfedilen hadislerden örneklerle bu dönemde de *Büyük Doğu*'da yayımlamıştır. Bunlardan bazıları şöyledir: “Kadın zaten eğri bir çizgiden yaratılmıştır. Sen onu düzeltiyim diye

¹⁴ Necip Fazıl'ın bu yazısında kadının denetimi ve inkılap vurgusuyla komünizmi ve Cumhuriyet rejimini özdeşleştirme çabası içinde olduğu düşünülmektedir.

¹⁵ Necip Fazıl Nakşibendi şeyhi Arvasi'den “kurtarıcım, efendim” şeklinde bahseder. Arvasi'nin “kölesi olduğunu” belirten Necip Fazıl, Arvasi ile aralarındaki mürşit-mürüt ilişkisini “Boynu serbest olanlardan değildim ve boynumda ucu Abdülhakim Arvasi Hazretleri'nde olan bir kemer taşıyordum” şeklinde anlatır (Kısakürek, 1969: 255).

çalıştıkça kırarsın... Erkekler üzerine kadınlardan başka fitne terk etmedim... Erkeklerin helâki, kadınlara itaattadır. Zevcinden izinsiz sokağa çıkan kadın, evine dönüncüye yahut zevci kendisinden razı oluncaya kadar ilahî gazaba karşıdır” (Kısakürek 1946, 4). “Zevcinden boşanmak isteyen kadına, cennet rayıhası haramdır. Eğer birinin ötekine secde etmesini emredici olsaydım kadınların kocalarına secde etmelerini emrederdim”... “Kadınlar erkeklerin dilimidir.” (Hikmet Sahibi Abdinin Kölesi, 1946: 4).

Necip Fazıl *Büyük Doğu* dergisinde erkeklere hitap eder, onlara seslenir. *Büyük Doğu*'nun yayınlarını eleştiren bir gazeteye cevabında kendisini ve temsil ettiği kitleyi şu sözlerle anlatır: “Biz evvela ve ana gaye olarak ciğerine kadar Müslüman, sonra dibine kadar Türk ve sonra sapına kadar erkek insanlarız” (Kısakürek, 1947: 11). Nitekim 1949'da kurduğu “Büyük Doğu Cemiyeti” adındaki siyasal örgütlenmenin tüzüğünde Cemiyet'e üye olma şartı “erkek olmak” (Kısakürek, 1949: 2) şeklinde belirtilmiştir.

Necip Fazıl'ın özellikle bu dönemde kadına yönelik eleştirileri, kendisinden sonraki muhafazakâr kadroların siyasal söylemlerine de yansiyacaktır. Örneğin Milli Nizam Partisi'nin (MNP) parti sözcülerine ait konuşmaların çoğunda Necip Fazıl'ın güçlü etkisi net şekilde görülebilmektedir. Bu ifadelerden bazıları şöyledir: “CHP döneminde kız erkek çocukların okullarda yan yana oturularak ahlâksızlığın öğretildiği”, “milli kıyafetlere aykırı giyim tarzının yasaklanması gerektiği”, 19 Mayıs bayramı gösterilerinde “kızların kıçlarının açıldığı ve bunun ahlâksızlık olduğu...” (Anayasa Mahkemesi Kararları, 1972: 7-68).

1950-1952 Dönemi

1950'de CHP'nin 27 yıllık iktidarı sona ermiştir. Tek parti dönemi uygulamalarının DP iktidarı ile birlikte eleştirilmeye başlanması, kendilerini tek parti dönemi mağduru¹⁶ olarak konumlandırılan mukaddesatçı-muhafazakâr kesimlerin ideolojik söylemini güçlendirmiştir. Din ve ahlâkla meşrulaştırılan antikomünizm de devlet ve sağ muhafazakâr kesimler arasında ideolojik bir ortaklık kurulmasını sağlamıştır. Böylece mukaddesatçı-muhafazakâr kesimlerin örgütlenme faaliyetleri artmıştır. Bu kesimlerin sözcülüğünü üstlenen, bu bağlamda kendisini “orquestra şefi” olarak niteleyen (Kısakürek, 1985: 334) Necip Fazıl da siyasal faaliyetlerini 1950'deki iktidar değişimiyle birlikte hızlandırmıştır. Bu dönemde Necip Fazıl, bir taraftan 1949'da kurduğu Büyük Doğu Cemiyeti'nin çalışmaları çerçevesinde hedef kitleleriyle doğrudan buluşmakta, diğer taraftan

¹⁶ Necip Fazıl bir kitabında tek partili dönemin uygulamalarını dönemin “mazlum” aktörleri üzerinden değerlendirmiştir (Kısakürek, 1969). Ayrıca kendisini “her devrin mazlumu” şeklinde ifade eder (Kısakürek, 1974: 235). Necip Fazıl'ın mağduriyet söyleminin analizi için bkz. Salimoğlu, 2020.

dergisinde “İslam İnkılabı” ve “Başyücelik Emirleri” yazı dizileriyle¹⁷ Büyük Doğu idealinin teorik inşasını tamamlamaktadır. 1950 itibarıyla Başyücelik Devleti’nin ideolojisi, bu devlet tasarımında toplumsal yaşamın nasıl sürdürüleceğine ilişkin detaylar, hukuk sistemi içinde yer alacak emir ve yasaklar anlatılmıştır. Bu yazılarda kadının yaşam tarzına yönelik kısıtlama ve yasakların yoğunluğu dikkat çekicidir. 1950-1952 döneminde yukarıda örneklerini verdiğimiz Necip Fazıl’ın kadına bakış açısı, yeni bir rejim ve toplum tasarımı olan Başyücelik Devleti’nde somutlaşacaktır. Kadına yönelik düşüncelerini bu çalışmada belirlenen birinci dönemde ahlâkla, ikinci dönemde dinle meşrulaştırma çabasına şahit olduğumuz Necip Fazıl, 1950 ile birlikte Cumhuriyet rejiminin yasaklı kavramı şeriatla ifade etmeye başlayacaktır.

Kadının Denetimine Din Devleti Çözümü

Büyük Doğu’nun birinci ve ikinci döneminde yayımladığı haber ve yazılarında Necip Fazıl’ın kadına ilişkin temel eleştirilerinin, kadının toplumsal hayatta görünürlüğü, mesleki faaliyetleri, giyim tarzı ve eğitimi olduğunu söyleyebiliriz. İşte tüm bu odak noktalarında Necip Fazıl Başyücelik Devleti’nde kadını yeniden konumlandırmış, önce “İslam İnkılabı”, ardından Başyücelik Devleti’nde uygulanacak şeriat emirlerini ifade eden “Başyücelik Emirleri” yazılarıyla tasarladığı devlet ve toplum modelinde kadını bu alanlarda denetlemeyi önermiştir.

Necip Fazıl, Başyücelik Devleti’nin kurulmasını sağlayacak bir inkılap düşüncesinden hareketle 1949 itibarıyla “İslam İnkılabı” yazılarını yayınlamaya başlar. Bu yazıların ilkinde, İslam İnkılabı düşüncesine zarar veren “dinsizle dindar arasında köprü” olarak tanımladığı reformcuları anlatır. Reformcuların savundukları fikirleri tek tek eleştiren Necip Fazıl bunlar arasında yer alan “kadın hayattaki yeni mevkiinden geri sürülemez” düşüncesine karşı çıkar (Kısakürek, 1949: 2). Zira yapılacak devrimle, kadın Cumhuriyet öncesi konumuna geri döndürülecektir. Necip Fazıl’ın Cumhuriyet rejiminin yurttaş kimliği verdiği kadınlara, İslam İnkılabı ile yeni bir kimlik kazandırmaya çalıştığı görülmektedir. Özellikle “inkılap kadınları” kullanımını Cumhuriyet inkılaplarına karşı rövanş çabasını işaret etmektedir. Kadının toplumsal hayatta görünürlüğü, inkılapla ve ardından kurulacak devlette kısıtlanacaktır. Kadınlığın temelinin 14 asır önce atıldığını, sonrasında hiçbir “mimari çizgisinin kalmadığını” savunan Necip Fazıl, kadınların Hz. Ayşe ve Hz. Fatma’yı örnek almaları gerektiğini ifade etmiştir. İnkılapla birlikte kadının yeni konumu şu sözlerle anlatılmıştır:

(...) Saadet devrinin ulvi kadınlığına eş olarak kendisine şeriatın yasak etmediği her noktada boy gösterecek; ve esasen kaçsalar da, gelseler de, otursalar da, kalksalar da, giyinseler de, soyunsalarda,

¹⁷ “İslam İnkılabı” yazıları 14 Ekim 1949-3 Kasım 1950 tarihleri arasında, “Başyücelik Emirleri” yazıları 10 Kasım 1950-30 Mart 1951 tarihleri arasında yayımlanmıştır.

ne erkek ve ne horoz, onları Şer'i edep ve eda dışında görmeye imkan bulamayacaktır... Bu inkılabın kadınları esasta muazzez ve münezzeh ev kadrosunun ve aile çerçevesinin sultanı olacak, hayatın yırtık seciye emredici iş sahalarından hiçbirinde görünmeyecek; buna rağmen İslami ölçülerin yasak etmediği ve kendisince icap gördüğü sahalarda da şerefle içtimai faaliyet kabul etmekten kaçınmayacaktır (Büyük Doğu, 1950: 2).

Necip Fazıl, tasarımında henüz inkılap aşamasında şekillendirdiği kadının toplumsal hayatının sınırlarını Başyücelik Devleti'nde bir emir şeklinde şöyle ifade edecektir: “Dava, kadını... ancak Şeriatın kendisine tayin ettiği içtimai hüviyetiyle heykelleştirip cemiyet meydanına dikmektir... şeriatı tatbik etmektir” (Büyük Doğu, 1951: 2).

Necip Fazıl kadının toplumsal görünürlüğü ile yakından bağlantılı olan mesleki faaliyetlerini ise şöyle çerçeveler:

Bu inkılabın kadınlarından yüzde yüz İslami çerçeve içinde ve bilhassa kendi cinsi üzerinde yetiştiricilik vazifesiyle muallim çıkacak, hastabakıcı çıkacak, muharrir çıkacak, sanatkar çıkacak, alim çıkacak, kaşif çıkacak ve bilhassa fahişe çıkmayacak, bar artisti çıkmayacak, sarhoş şarkıcısı çıkmayacak, göbek atıcı çıkmayacak ve nihayet başıboş işçi ve memur yaftası altında cinsiyetini azmanlığa götürmüş pis ve yırtık nevilere hiçbirini çıkmayacaktır” (Büyük Doğu, 1950: 2).

Necip Fazıl'ın yazılarının bir diğer önemli odak noktası olan kadınların giyimi, “İslam İnkılabı” yazılarında “Bu inkılabın kadınları, şeriatın örtmeye mecbursun dediği her noktalarını örtecekler ve örtmeye mecbur değilsin dediği hiçbir noktalarını örtmeyecekler” (Kısakürek, 1950: 2) şeklinde anlatılmış, Başyücelik Devleti'nin emirlerinde ise “Kadın Kılığı” başlıklı ayrı bir yazı ile sunulmuştur. Emir şöyledir: “Kadın kılığı bu emirden itibaren Şer'i hadlere girecektir” (Kısakürek, 1951: 2). Başyücelik Devleti'nde din ve estetik adamlarından bir heyetin tespit edeceği kadının kıyafeti “ahlâk ve zarafetin uyumu” olarak nitelenmiştir. Necip Fazıl bu kararın, kadınlar için Cumhuriyet öncesi ve sonrası arasında bir denge kurulması amacıyla alındığını savunur:

Mazi, şeriat emrini kadını utanılacak ve korkulacak bir madde gibi büsbütün iptal etmek diye anladığı için bizzat Şeriate karşı kabahatli, son yarım ve bilhassa çeyrek asırlık hal de, kadını bütün perde ve hicaplarından soyarak nazari ve içtimai bir zina ve iştiha [arzu] unsuru şeklinde meydana arz ettiği için suçludur (Kısakürek, 1951: 2).

Kadınların eğitimi konusu da hem inkılap yazılarında hem de Başyücelik emirlerinde kesin çizgilerle belirlenmiştir. Buna göre kadının temel görevi ev kadınlığı olduğundan Başyücelik

Devleti'nde "tek bir kız külliyesi"¹⁸ bulunacaktır; yine aynı nedenle kadınların eğitimi zorunlu olmayacaktır. Necip Fazıl şunları söyler:

Kız ve erkek karışık öğretim gibi heyulai [korkunç] abesler İslam İnkılabı'nın maarif siyasetinde bahis mevzuu olamaz. Buluğdan evvelki ilk tahsil devresinde karışık bulunmasında bir mahzur olmayan kız ve erkek talebeler ilk devreden sonra tahsillerine cinsiyetlerinin müstakil toplulukları içinde devam ederler ve kızlar için orta tahsil ayrıca mecburiyet ifade etmez. Külliye tahsili ise kızlar için kendilerine mahsus tek ve hususi bir üniversitede kâbidir. Ana vazifesi ev kadınlığı olan kız talebe, kadınlık iş ve mefhumuna yabancı yüksek meslek mekteplerinden tamamıyla tecrit edilmiş vaziyettedir" (Kısakürek, 1950: 2).

Necip Fazıl, Başyücelik emirlerinde de kadınların eğitimi konusunda bu görüşünü tekrarlamış ve "mutlak hakikat kutbunun mutlak ölçüsüne uygun olarak" hareket edileceğini vurgulamıştır. Başyücelik Devleti'nde kadınların eğitimi ile ilgili sorun, sadece kadınların gideceği bir üniversite ile çözülmüş görünmektedir.

Necip Fazıl Başyücelik Devleti'ne ilişkin yazılarında kadının tavrının dahi nasıl olması gerektiğini tanımlayarak düşüncelerini detaylandırmıştır. Örneğin kadın kurulacak yeni toplumda "esrarlı hicap ifadesi içinde" olacaktır (Kısakürek, 1950: 2). Başyücelik Devleti'nde kadınların "hayâ ve iffet" ifadesi taşıdıkları ve bu nedenle erkeklerin kadınlara saygı duyacağı savunulmaktadır (Kısakürek, 1950: 2).

Necip Fazıl'ın kurguladığı yeni toplumda kadınlara oy hakkı verilmesi, siyasal hayata dâhil olması,¹⁹ ya da bir örgütlenme içinde olmasının da uygun görülmediği anlaşılmaktadır. Necip Fazıl bu faaliyetleri "kadınların erkekleşmesi" (Kısakürek, 1952: 5) şeklinde niteler. Örneğin, Kadınlar Birliği'nin kurulmasına ilişkin bir haberi şöyle yorumlar:

Kadınların da birliği mi olurmuş diyeceksiniz ama olur işte. Hem öyle bir olur ki, kongreleri bile olur. Hatta ve hatta bir kongrede neden vali olamıyoruz, neden elçi olamıyoruz kabilinden söylenirler de. Amma da saçlı uzun insanlar ha. İyi ki neden bakan olamıyoruz, neden cumhur reisi olamıyoruz diye tutturuyorlar. Ama bir de bakarsınız onu da yapıyorlar. Hatta ve hatta neden erkek olamıyoruz diye daha da ileri gidiverirler. Allah bizleri böyle birliklerden korusun (Kısakürek, 1952: 5).

Necip Fazıl bu dönemde Başyücelik Devleti'ne ilişkin tematik yazılarının dışında önceki dönemlerde gördüğümüz gibi sansasyonel olarak nitelenebilecek haber ve yazılarını da

¹⁸ Necip Fazıl, Başyücelik Devleti'nde üniversitelerin "külliye" adını alacağını belirtmiştir (Kısakürek, 1950: 2).

¹⁹ 1971'de Nihat Erim'in Başbakan olduğu hükümette bir kadın bakanın yer almasına Necip Fazıl şu sözlerle tepki göstermiştir: "Hani erkeklik öldü mü diye bir laf vardır ya, sırf ilerencilik adına el atılan bu vaziyet bütün dünyaya bizde erkek kalmadığını ilan etmekten başka bir şey değildir" (Kısakürek, 1971: 8).

sürdürmektedir. Özellikle 1945-1950 döneminde plaj, fuhuş ve 19 Mayıs gösterileri odağındaki bu yayınlar, 1950-1952 döneminde güzellik yarışmalarıyla, kadın bedeni üzerinden devam eder. *Büyük Doğu*'da bir taraftan kadın bedenlerinin sergilenmesi, diğer taraftan İslami bir devlet tasarımıyla kadın bedeni ekseninde düzenleme ve yasakların aktarılması, Necip Fazıl'ın bakış açısına göre sorun ve çözümün bir arada verilmesi olarak yorumlanabilir. Ancak Necip Fazıl bu yayınları her ne kadar savunduğu dava ile gerekçelendirse de, aslında bu tarz haberler bir satış taktiği olarak gözükmektedir. Nitekim Necip Fazıl'ın basını eleştirdiği bir yazısı, bu stratejinin adeta itirafı niteliğindedir²⁰:

Bizim memlekette magazin olsun mecmua olsun birinci sayısından sonuncu sayısına kadar kapaklarına halkın şehvetini gıcıklayan bir kadın resmi koyarlar! Halk ise bu neşriyatı ziyadesiyle tutar. Halkın bu zaafından istifade ederek sürüm yapan mecmuaların yanında bir de gazeteler vardır ki onlar halkın bu zaafını birinci sahifede değil, orta sayfada ele alıyorlar. Bazıları da daha açık göz davranıp birinci sayfada göstermek istiyorlar... Bunun için de ne yapıyorlar biliyor musunuz? Ya güzellik müsabakası yapıyorlar veya 19 Mayıs gösterilerinden istifade edip kızlarımızı teşhir ediyorlar” (Muhasebeci, 1952: 5).

Güzellik yarışmasına ilişkin haberler, o dönemde günlük gazete şeklinde yayımlanan *Büyük Doğu*'da 1 Haziran 1952'de başlamış ve gazetenin kapandığı 19 Eylül 1952'ye kadar neredeyse her gün birinci sayfada yarışmaya katılan kadınların mayo ve bikinili fotoğraflarıyla yer almıştır. Necip Fazıl, yarışmanın düzenlenmesinin yanı sıra yarışmaya katılan kadınları da eleştirmektedir: “Vatan Gazetesi güzellik kraliçesi seçiyor. Fotoğraflarını, isimlerini neşrediyor... Bizim merak ettiğimiz nokta, bacaklarını teşhir etmek sevdasına kapılan bu kızların kimler olduğudur” (Muhasebeci, 1952: 5). Yarışmadaki kadınlardan biri, “Çalgılı meyhanede çalışmış, dansöz, Amerikalılara bayılır, Yahudi...” (Büyük Doğu, 1952: 1-2) ifadeleriyle yorumlanırken, bir diğeri “Gayrı meşru iki çocuklu bakire, Rus ananın dölü, Amerikan pazarına sürülen meta...” (Büyük Doğu, 1952: 1-2) şeklinde anlatılmıştır. Güzellik yarışmasındaki kadınların randevu evlerinde çalıştıklarını da iddia eden (DXB, 1952: 1) Necip Fazıl, “randevucu günahkâr bir kadınla” konuştuğunu ve yarışmaya katılan kadınların daha yüksek fiyata satılmaları nedeniyle “bu yolu” tercih ettiklerini belirtmiştir (Kısakürek, 1952: 1). Benzer bir haberde bir kadının güzellik yarışmasına katıldığını ve bunun sonucunda randevuevinde çalışmak zorunda kaldığını vurgulamıştır (Kısakürek, 1952: 1).

²⁰ Necip Fazıl 1971'deki bir yazısında çıplak kadın fotoğraflarını neden kullandıklarını dini gerekçelerle şöyle açıklayacaktır: “Tek lahzalık nazarı bile insanı dehşet ve ıstıraba boğucu bu iğrenç resimleri Büyük Doğu gibi İslam ölçülerinden başka hiçbir şey tanımayan ve İslam ruhunu temsilde en ileri dereceyi tuttuğunda şüphesi bulunmayan bir neşir vasıtasına nasıl olup da geçirebildiğimize şaşırmanın ve bu hareketi uygunsuz bulmamanız... Hak için hakkı iptal etmek caizdir hikmeti önünde katlanışımız... Biz İslam davasını kurtarmak ve mustarip insanlığı baş tacı kılmak mevzuunda gerekirse kanalizasyon ameleliğinden bile çekinmeyecek insanlar...” (Be. De., 1971: 12-13).

Necip Fazıl güzellik yarışmasına tepkiyi “milli bir dava” ve “erkekçe bir mücadele” olarak nitelemiş, kadınların “namuslarına sahip çıkmanın” Türk gençliğinin görevi olduğunu söyleyerek “mukaddesatçı gençliği” şu sözlerle harekete çağırmıştır:

Böyle işlere bizde cereyan vermek, açıkça dinimize, ecdadımıza, ahlâkımıza, milli benliğimize tarihimize, ananemize, ruhumuza, tek kelimeyle Türk namusuna suikasttır. Böyle bir şeye bu memlekette Müslüman olarak, Türk olarak, erkek olarak tahammül edebilecek kimselerin yekununu çatısı altında toplamaya vatan satıcılığı müessesesi başta olarak gazete idarehanelerinden herhangi birisi fazla gelir... Kızını, kız kardeşini, hatta metresini, hatta seni uzaktan cezbeden bir Türk kızını ezeli suikastçın Avrupa pazarlarında çırılçıplak teşhir ettirmeye, memesi ve bu şekilde bacakları, şu ölçüde kalçaları, bu biçimde kaba etleri... mahrem bir zina faciasını fersah fersah geçen bir tespit ve muayeneye tâbi tutabilir misin? Hayır, asla bu iğrenç bir iştir. Türk gençliği... Niçin lanetini sadece mektup ve telgrafla değil, büyük meydanları yırtan muazzam topluluklarla yükseltip Vezüv yanardağını söndürecek tarzda Babıali sefaethanelerini manâ lavlarına boğmuyorsun (Kısakürek, 1952: 1).

Necip Fazıl, güzellik yarışmasını kazanan kadının ödül olarak Amerika’ya gönderilmesini “Amerikan askerlerine peşkeş çekilmesi” şeklinde yorumlayarak şunları söylemiştir: “Yabancı memleketlerde kendisini çırılçıplak teşhir edecek olan bu kızlar mı elçilik yapacak... Erkekler üzerinde sadece behimi [hayvanca] arzular uyandıran çıplak bir avrat mı Amerikalılara medeniyet seviyemizi ispat edecek?” (Kısakürek, 1952: 6). Yarışmayı kazanan ve Amerika’ya gönderilen kadının iki erkekle birlikte çekilen fotoğrafını Büyük Doğu’da günlerce yayımlayan Necip Fazıl, “Türk kızlığına edilen bu iftiranın intikamını nasıl alacağımızı pek yakında göreceksiniz” yazmıştır (Kısakürek, 1952: 1).



Görsel 10. Yarışma (Büyük Doğu 1952, 1).

Sonuç

Bu çalışmada Necip Fazıl'ın kadına bakış açısı üç dönemde incelenmiştir. Türkiye siyasal hayatında da önemli dönüm noktalarını ifade eden bu üç süreçte, Necip Fazıl'ın düşünceleri de toplumsal ve siyasal gelişmelere bağlı olarak değişmiş ve şekillenmiştir. Bu üç farklı dönemde konumuz açısından ortak olan nokta, Necip Fazıl'ın kadına ilişkin görüşlerinin Cumhuriyet rejimi eleştirisine içkin olmasıdır. İlk dönem olan 1943-1945'de basın üzerindeki kontrol ve baskı nedeniyle Necip Fazıl'ın bu yaklaşımı çoğu zaman üstü kapalıdır. 1945'le başlayan dönemde ise Necip Fazıl kadınlarla ilgili görüşlerini doğrudan Cumhuriyet karşıtlığı ekseninde anlatmaya başlamıştır. Özellikle kadınların toplumsal görünürlüğü ve mesleki faaliyetlerine dini kuralları hatırlatarak karşı çıkmıştır. Üçüncü dönem olarak ele aldığımız 1950-1952 yılları arasında ise Necip Fazıl muhafazakâr çevrelerin sözcüsü olma misyonunu, 1949'da kurmuş olduğu ve 1951'e kadar faaliyetlerini sürdürdüğü siyasi cemiyetle siyasal alana taşımış, 1950 itibarıyla yayımlamaya başladığı "İslam İnkılabı" ve "Başyücelik Emirleri" yazılarıyla Büyük Doğu idealini bir teori olarak sunmuştur. Necip Fazıl kadına ilişkin tüm düşüncelerini işte bu yeni devlet tasarımı çerçevesinde somutlaştırmıştır.

Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte kadın, resmî ideolojinin ve muasırlaşma hedefinin bir sembolü olarak konumlandırılmıştır. Necip Fazıl'ın Başyücelik Devleti tasarımı da kadın merkezi ögedir. Başyücelik Devleti'nin kurulmasıyla oluşacak yeni toplumda bu nedenle öncelikle kadının konumu dizayn edilecektir. Necip Fazıl'ın tasarladığı devlet modelinin ideolojisi kendisini karşıtıyla ifade ettiğinden yani Cumhuriyet karşıtlığıyla şekillendiğinden bir anlamda rejimin aynadaki ters görüntüsüdür. Cumhuriyet'le birlikte kıyafet serbestisi tanınan kadınlar, Necip Fazıl'ın tasarımı da devletçe oluşturulan bir heyet tarafından ve dinî kurallara göre belirlenen kıyafetleri giyecektir. Cumhuriyet'in temel hedef olarak koyduğu kadının eğitimi, Necip Fazıl'ın devletinde kısıtlanacak, erkeklerle bir arada eğitim görmesi yasaklanacaktır. Kadının Cumhuriyet dönemindeki kamusal ve toplumsal görünürlüğü sınırlandırılacaktır. Belirli mesleklerde çalışmasına izin verilecek ancak önceliği evi ve ailesi olacaktır. Necip Fazıl bu sistem içindeki ideal kadını şu sözlerle anlatır: "Beyazlar içinde bir evcik... İçinde beyaz başörtülü beyaz bir kadın. Kulağı hep zilde ve gözleri Allah'ın kitabında..." (Kısakürek, 1974: 179). Cumhuriyet seçkinleri kadını milli bir sembol olarak konumlandırırken, Necip Fazıl için kadın, İslami bir semboldür. Kadın Müslüman olduğu sürece toplumun bir parçasıdır. Medenileşme, millileşme hedefindeki rejimin kadına yüklediği rol, Necip Fazıl'da İslamileşme hedefine yöneliktir; kadının "kurtarılması", ahlâkın düzelmesi ve dolayısıyla İslam'ın güç kazanması noktasında belirleyicidir. Kadını denetleme çabasının kaynağındaki kaygı, Cumhuriyet döneminde resmî ideolojiye tehdit ve muhalefet, Necip Fazıl'da ise ahlâk ve dinin zarar görmesi düşüncesi etrafında şekillenmiştir.

Bu bağlamda, Necip Fazıl, Cumhuriyet'in yurttaş kadını Müslüman kadın olarak yeniden kodlamıştır.

Necip Fazıl'ın metinleri kadın-erkek eşitsizliği temelinde kadına yönelik ayrımcı söylemin tipik örnekleri olarak görünmektedir. Necip Fazıl'ın kadın odaklı yazılarında öne çıkan kavram "kadının başboşluğu" düşüncesidir. Bu nedenle Necip Fazıl'ın "iktidara gelirsek ne olur" sorusuna verdiği cevap, "kadın evine döner" (Kısakürek, 1948: 2) şeklindedir. Kadının başboşluğunun çözümü denetimdir. Bu denetim, Başyücelik Devleti'nde uygulanacak emir ve yasaklar ile sağlanacaktır. Kadın evinde baba, ağabey ve eşi, toplumsal yaşamında ise dinin kuralları ve devlet tarafından denetlenecektir.

Necip Fazıl çok partili dönemde İslam'ı bir ideoloji olarak konumlandırmış ve bir devlet projesiyle mücadelesini siyasal alana taşımıştır. Bu çalışma açısından önemi, kadını bu devlet teorisi içinde konumlandırarak kadına karşı ayrımcı söylemin siyasallaşmasında üstlendiği roldür. Bu bağlamda Necip Fazıl, İslami bir devlet projesinin yanı sıra içinde rejim eleştirisini de ustalıkla barındıran kadına karşı ayrımcı söylemi sağ muhafazakâr kesime miras bırakmıştır.

Yazarın Notu:

Bu çalışma, yazarın "Ötekilerin Cumhuriyeti: Necip Fazıl Kısakürek'in Başyücelik Devleti Tasarımı (1943-1952)" (2020) başlıklı doktora tez çalışmasından üretilmiştir.

Kaynakça

(1946, Ağustos). Medeniyet Şartı Plaj. Büyük Doğu Dergisi, 44, 1.

(1946, Haziran). Büyük Doğu Dergisi, 32, 1.

(1946, Mayıs). Bunlar Mektep Ve Aile Kızlarımızdır. Büyük Doğu Dergisi, 31, 1.

(1946, Nisan). İstediğimiz ve İstemediğimiz Ev İçi. Büyük Doğu Dergisi, 25, 1.

(1947, Ekim). Büyük Doğu Dergisi, 68, 15.

(1947, Kasım). Ahlâk Sükûtumuz Yükseliş Halinde. Büyük Doğu Dergisi, 71, 1.

(1948, Nisan). Türk Kadını İbret Al. Büyük Doğu Dergisi, 87, 1.

(1948, Ocak). Bizi Kurtarınız: Türk Kadını Ve Çocuğu. Büyük Doğu Dergisi, 75, 1.

(1949, 8 Nisan). Köy Enstitüleri. Büyük Doğu Dergisi, 5, s. 1.

(1949, Kasım). Mektup. Büyük Doğu Dergisi, 7, 1.

(1952, 12 Haziran). Maskeler Düştü. Büyük Doğu Gazetesi, s. 1-2.

- (1952, 2 Ağustos). Sonu Gelmeyen Lanet. Büyük Doğu Gazetesi, s. 3.
- (1952, 2 Haziran). Zavallı Türk Musikisi. Büyük Doğu Gazetesi, 18, s. 4.
- (1952, 6 Haziran). Büyük Doğu'nun Yeni Fuşu Açıklaması. Büyük Doğu Gazetesi, s. 1.
- (1952, 9 Temmuz). Amerika'ya Giden Türkiye Güzeli. Büyük Doğu Gazetesi, s. 1.
- Adıdeğmez. (1969, Aralık). Mini Etek. Büyük Doğu Dergisi, 7, 16.
- Arvasi, E. A. (1976). Rabita-ı şerife. (N. F. Kısakürek, Çev.) İstanbul: Büyük Doğu Yayınları.
- Bağlum K. (1991). Anıpolitik (1945-1960). Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Başkanlık Cumhuriyet Arşivleri. (1943, 14 Mayıs). Neşredilmesi Düşünülen Büyük Doğu Mecmuası İçin Partiden Teminat Mektubu Talep Edildiği, s. 6.
- Be. De. (1947, Kasım). Memleket Gazetesine. Büyük Doğu Dergisi, 71, 11.
- Be. De. (1971, Ocak). Yüz Karası Basın. Büyük Doğu Dergisi, 1, 12-14.
- Bürün, V. (1943, Ekim). Kadın Romancılarımız. Büyük Doğu Dergisi, 5, 6.
- Dedektif X Bir. (1949, 24 Haziran). Hep O Bay Yücel. Büyük Doğu Gazetesi, s. 2.
- Dedektif X Bir. (1949, 8 Nisan). Köy Enstitüleriyle İlgili 40 Gerçek. Büyük Doğu Gazetesi, s. 1-4.
- Dedektif X Bir. (1949, Kasım). Buyurun. Büyük Doğu Dergisi, 5, 3-11.
- DXB. (1949, Kasım). Grafik Meraklısı CHP'ye İthaf: Açılışımızın Canlı Grafiği. Büyük Doğu Dergisi, 7, 3.
- DXB. (1949, Kasım). Hak. Büyük Doğu Dergisi, 6, 3.
- DXB. (1951, Şubat). Devlete, Millete ve Alakalılara. Büyük Doğu Dergisi, 46, 3.
- DXB. (1952, 13 Haziran). Vesikaların En Korkuncu Konuşuyor. Büyük Doğu Gazetesi, s. 1.
- DXB. (1952, 8 Haziran). Bir Randevucu İfşa Ediyor. Büyük Doğu Gazetesi, s. 3.
- Göze, E. (1993). *Üç Büyük Mustarip*. İstanbul: Boğaziçi Yayınları.
- Güngör, S. (1943, Aralık). (Lüks) Hastalığımız. Büyük Doğu Dergisi, 12, 15.
- Güngör, S. (1943, Kasım). Muhabbet Dellâli. Büyük Doğu Dergisi, 9, 15.
- Hikmet Sahibi Abdinin Kölesi. (1946, Ağustos). Hakikat. Büyük Doğu Dergisi, 41, 4.
- İleri, S. (1944, Mart). Dün ve Bugün. Büyük Doğu Dergisi, 22, 3.

- Kandiyoti, D. (1996). *Cariyeler, bacılar, yurttaşlar.* (A. Bora, F. Sayılğan, Ş. Tekeli, H. Tapınç, F. Özbay, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Kısakürek, N. (1943, Kasım). Kadın. *Büyük Doğu Dergisi*, 9, 9.
- Kısakürek, N. (1946, Mart). Ev ve Kadın. *Büyük Doğu Dergisi*, 18, 16.
- Kısakürek, N. (1946, Mayıs). Muaşeret Edebi. *Büyük Doğu Dergisi*, 27, 16.
- Kısakürek, N. (1946, Nisan). Kızlarda ve Kadınlarda. *Büyük Doğu Dergisi*, 26, 16.
- Kısakürek, N. (1947, Nisan). Muaşeret Edebi. *Büyük Doğu Dergisi*, 60, 15.
- Kısakürek, N. F. (1943, Aralık). Ahlak Sükûtumuzun Tarihçesi. *Büyük Doğu Dergisi*, 16, 5.
- Kısakürek, N. F. (1943, Ekim). Adesenin Gözüyle Ameli Davalarımız. *Büyük Doğu Dergisi*, 6, 3.
- Kısakürek, N. F. (1943, Ekim). Beyazperde. *Büyük Doğu Dergisi*, 3, 9.
- Kısakürek, N. F. (1943, Ekim). Kadın ve Ev. *Büyük Doğu Dergisi*, 4, 9.
- Kısakürek, N. F. (1943, Eylül). Kadın ve Ev. *Büyük Doğu Dergisi*, 1, 9.
- Kısakürek, N. F. (1943, Kasım). Kadın. *Büyük Doğu Dergisi*, 8, 9.
- Kısakürek, N. F. (1943, Kasım). Kadın. *Büyük Doğu Dergisi*, 9, 9.
- Kısakürek, N. F. (1943, Kasım). Karikatür Ne Zaman Sanattır. *Büyük Doğu Dergisi*, 11, 10.
- Kısakürek, N. F. (1944, Nisan). Doğudan Batıdan. *Büyük Doğu Dergisi*, 27, 10.
- Kısakürek, N. F. (1945, Aralık). Millete ve Hükümete. *Büyük Doğu Dergisi*, 6, 8.
- Kısakürek, N. F. (1946, Ağustos). Artık Bu Komedyaya Yeter. *Büyük Doğu Dergisi*, 41, 2.
- Kısakürek, N. F. (1946, Ağustos). Efendimiz, Kurtarıcımız Ve Müjdecimizden. *Büyük Doğu Dergisi*, 44, 4.
- Kısakürek, N. F. (1946, Eylül). Bayram. *Büyük Doğu Dergisi*, 45, 8.
- Kısakürek, N. F. (1946, Mayıs). Halk Ne Yaptı. *Büyük Doğu*, 31, 16.
- Kısakürek, N. F. (1947). Nümayiş. *Büyük Doğu Dergisi*, 72, 9.
- Kısakürek, N. F. (1947, Ekim). 24 Maddede 24 Yıl. *Büyük Doğu Dergisi*, 70, 2.
- Kısakürek, N. F. (1947, Ekim). İslam ve Kadın. *Büyük Doğu Dergisi*, 70, 2.
- Kısakürek, N. F. (1947, Nisan). Halk Partisine Gerçek ve Samimi Afiş Örnekleri. *Büyük Doğu Dergisi*, 60, 16.

- Kısakürek, N. F. (1948, Mart). İktidar Bizde Olsa Ne Olur. *Büyük Doğu Dergisi*, 84, 2.
- Kısakürek, N. F. (1948, Şubat). Sebep. *Büyük Doğu Dergisi*, 79, 8.
- Kısakürek, N. F. (1948, Şubat). Vasiyet. *Büyük Doğu Dergisi*, 80, 2.
- Kısakürek, N. F. (1949, 15 Nisan). Vesikalar. *Büyük Doğu*, 6, s. 2-4.
- Kısakürek, N. F. (1949, 17 Haziran). Armamız. *Büyük Doğu Gazetesi*, s. 1.
- Kısakürek, N. F. (1949, 22 Temmuz). Rapor. *Büyük Doğu Gazetesi*, 20, s. 4.
- Kısakürek, N. F. (1949, 25 Mart). Yeni Rum Patriği. *Büyük Doğu*, s. 1.
- Kısakürek, N. F. (1949, 29 Nisan). Konferansın Devamı. *Büyük Doğu Dergisi*, 8, 3.
- Kısakürek, N. F. (1949, Ekim). İslam İnkılabı ve Röformacılar. *Büyük Doğu Dergisi*, 2, 2.
- Kısakürek, N. F. (1949, Haziran). Ana Nizamname Projesi. *Büyük Doğu Dergisi*, 13, 2.
- Kısakürek, N. F. (1949, Kasım). Vesika. *Büyük Doğu Dergisi*, 7, 16.
- Kısakürek, N. F. (1950, Eylül). İslam İnkılabı ve kadın. *Büyük Doğu Dergisi*, 24, 2.
- Kısakürek, N. F. (1950, Mart). İslam İnkılabı ve Mektep. *Büyük Doğu Dergisi*, 21, 2.
- Kısakürek, N. F. (1950, Ocak). Elveda Reşat. *Büyük Doğu Dergisi*, 14, 16.
- Kısakürek, N. F. (1951, Ocak). Başyücelik Emirleri- Kadın Kılığı. *Büyük Doğu Dergisi*, 43, 2.
- Kısakürek, N. F. (1952, 1 Ağustos). Hep Aynı Davanın Yer Yer Akisleri. *Büyük Doğu Gazetesi*, s. 1.
- Kısakürek, N. F. (1952, 23 Ağustos). Türk Gençliği Bayrağını Ve Milli Namusunu İstismar Edenlere Karşı Nerdesin. *Büyük Doğu Gazetesi*, s. 1.
- Kısakürek, N. F. (1952, 29 Haziran). Müslümanlara müjde. *Büyük Doğu Gazetesi*, s. 1.
- Kısakürek, N. F. (1952, 5 Haziran). Vesikalar Konuşuyor. *Büyük Doğu Gazetesi*, s. 1.
- Kısakürek, N. F. (1952, 5 Haziran). Yeni Fuhuş. *Büyük Doğu Gazetesi*, s. 1.
- Kısakürek, N. F. (1952, 6 Haziran). Gayrı Meşru İki Çocuklu Bakire. *Büyük Doğu Gazetesi*, s. 1.
- Kısakürek, N. F. (1952, 7 Haziran). Vatan Kar Hanesi. *Büyük Doğu Gazetesi*, s. 1.
- Kısakürek, N. F. (1952, Mayıs). Kadınlar Birliği. *Büyük Doğu Dergisi*, 15, 5.
- Kısakürek, N. F. (1959, Nisan). İdeal. *Büyük Doğu Dergisi*, 8, 6.
- Kısakürek, N. F. (1969). *Son Devrin Din Mazlumları*. İstanbul: Toker Yayınları.

- Kısakürek, N. F. (1969, Temmuz). Kayseri. Büyük Doğu Dergisi, 3, 19.
- Kısakürek, N. F. (1971, Nisan). Vesikalarla Büyük İfşalarımız. Büyük Doğu Dergisi, 17, 14.
- Kısakürek, N. F. (1971, Şubat). Bir Mani Dörtlüğü. *Büyük Doğu Dergisi*, 8, 16.
- Kısakürek, N. F. (1974). O ve Ben. İstanbul: Büyük Doğu Yayınları.
- Kısakürek, N. F. (1978, Nisan). Kadın. Büyük Doğu Dergisi, 14, 8.
- Kısakürek, N. F. (1985). Babıali. İstanbul: Büyük Doğu Yayınları.
- Kısakürek, N. F. (2002). Cınnet Müstatili. İstanbul: Büyük Doğu Yayınları.
- Koç, A., Argoda Kadın. Gürsoy Naskali E., Sağol G. (Ed). Türkistan ve Azerbaycan Araştırma Merkezi Yayını, Erişim Tarihi:06.12.2021.
http://turkoloji.cu.edu.tr/YENI%20TURK%20DILI/aylin_koc_argoda_kadin.pdf
- Mengüşoğlu, M. Ö. (2017). Mağrur Öfke: Necip Fazıl, Alelade Bir Figür Değil Resmin Tamamı. İstanbul: Okur Kitaplığı Yayınevi.
- Milli Nizam Partisi'nin kapatılması*. (1972). Anayasa Mahkemesi Kararları, 9, 7-68, Ankara: Yarıaçık Cezaevi Matbaası.
- Muhasebeci. (1952, 1 Haziran). Sokak Kraliçesi. Büyük Doğu Gazetesi, s. 5.
- Muhasebeci. (1952, Haziran). Teşhir. Büyük Doğu Dergisi, 20, 5.
- Muhsinoğlu, N. (1943, Aralık). Dokuz Amele Arasında. Büyük Doğu Dergisi, 14, 4-16.
- Muhsinoğlu, N. (1943, Aralık). Madde-i Umumi ve Hâkimler Arasında. Büyük Doğu Dergisi, 13, 4.
- Muhsinoğlu, N. (1943, Kasım). Dokuz Fahişe Arasında. Büyük Doğu Dergisi, 11, 15.
- Muhsinoğlu, N. (1944, Nisan). Yine Alaturkacılar. Büyük Doğu Dergisi, 28, 15.
- Özkök, M. (1946, Eylül). Plaj. Büyük Doğu Dergisi, 45, 15.
- Prof. H. H. (1948, Ocak). Kadınlığımız. Büyük Doğu Dergisi, 71, 3.
- Salimoğlu, M. (2020). Ötekilerin Cumhuriyeti: Necip Fazıl Kısakürek'in Başıyücelik Devlet Tasarımı (1943-1952). Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Seno, C. (1946, Ekim). Kadın Çalışmamalı. Büyük Doğu Dergisi, 50, 3.
- TBMM Tutanakları. (1949, 30 Kasım). s. 228-231.

TBMM Tutanakları. (1950, 29 Mayıs). s. 30.

Thompson, J. B. (2013). *İdeoloji ve Modern Kültür*. (İ. Çetin, Çev.). Ankara: Dipnot Yayınları.

Üç Yıldız. (1943, Ekim). Meseleler Dünyasından Uzakta. *Büyük Doğu Dergisi*, 4, 15.

PIAAC, Uluslararası Yetişkin Becerilerinin Ölçülmesi Programı, Sonuçlarının Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Bağlamında Değerlendirilmesi

*Evaluation of PIAAC, Programme For The International Assessment of Adult
Competencies, Results In Context of Gender Equality*

H. Eylem Kaya* Ceylan Yaşar**

Öz: Toplumsal cinsiyet eşitliğiyle ilgili sorunlar hem Türkiye’de hem de dünyada eğitimin en yakıcı sorunlarından biridir. Ulusal ve uluslararası pek çok kurum ve kuruluş bu soruna ilgi göstermekte özellikle dezavantajlı konumda bulunan kadınların ve kız çocuklarının eğitime erişim ve devam sorununa kalıcı çözümler üretilmeye çalışılmaktadır. Bu noktada harcanan çabalar sonucunda birtakım ilerlemeler kaydedilse de dünya genelinde milyonlarca kadın temel bir hak olarak tanımlanan eğitimden mahrum bırakılmaktadır. Eğitimde toplumsal cinsiyet eşitliğiyle ilgili sorunları çözüme kavuşturamayan ülkelerden biri olan Türkiye’de bu durum kadınların eğitime erişimini olumsuz bir şekilde etkileyerek kısıtlarken okul başarılarının düşmesine de sebep olmaktadır. Türkiye’de toplumsal cinsiyet eşitliğiyle ilgili sorunlar OECD tarafından uygulanan PIAAC, Uluslararası Yetişkin Becerilerinin Ölçülmesi Programı, sonuçlarına da yansımıştır. 15-65 yaş arasındaki yetişkinlerin temel becerilerinin değerlendirilmesine odaklanan uluslararası bir program olan PIAAC, Türkiye’nin de aralarında bulunduğu 33 ülkede uygulanmaktadır. 2012-2016 dönemini kapsayan İkinci Tur PIAAC çalışmaları sonucunda sözel, sayısal ve teknoloji yoğun ortamda problem çözme beceri testlerinin tamamında düşük puanlar elde ederek OECD ülkelerinin oldukça gerisinde kalan Türkiye, cinsiyetler arası puan farkının en yüksek olduğu ülkelerden de biri olmuştur. PIAAC’da ortaya çıkan bu tablo Türkiye’de toplumsal cinsiyet eşitliği ile ilgili sorunların eğitime yansdığı en büyük göstergesidir. PIAAC’da elde edilen sonuçlar, hem örgün hem yetişkin eğitimi uygulamalarının gözden geçirilmesi ve toplumsal cinsiyet eşitliği ile ilgili sorunların tespit edilerek çözüme kavuşturulması adına önem arz etmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada PIAAC testlerinde Türkiye’deki yetişkinlerin elde ettiği sonuçların toplumsal cinsiyet sosyolojisi bağlamında eleştirel değerlendirilmesi hedeflenmekte ve çözüme dair birtakım öneriler sunulmaktadır.

Anahtar Kavramlar: PIAAC, Kadın, Toplumsal Cinsiyet, Eşitsizlik

* Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, eyka76@yahoo.com, ORCID:0000-0003-0736-5662

** Yüksek Lisans Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, cylvn.yasar72@gmail.com, ORCID:0000-0003-1963-396X

Abstract: Problems related to gender equality are among the most burning problems in education both in Turkey and in the world. Many national and international institutions and organizations show interest in this problem and try to find permanent solutions to the problem of access to education and attendance of especially disadvantaged women and girls. Although some progress has been made as a result of such efforts, millions of women are deprived of the right to education which is defined as one of the fundamental human rights. Turkey is one of the countries that cannot solve the problems related to gender equality in education. Failure to resolve to gender equality in Turkey negatively affects women's access to education and restricts their attendance, and also causes a decrease in school success. The problems related to gender equality in Turkey are also reflected in the results of PIAAC implemented by the OECD. PIAAC, an international program focusing on assessment of basic skills of adults aged 15-65, is implemented in 33 countries, including Turkey. As result of the Second Round of PIAAC studies covering the period 2012-2016, Turkey has been one of the countries with the highest gender score difference by achieving low scores in all of the problem-solving skills tests in verbal, numerical and technology-intensive environments. This picture revealed by the PIAAC results is the biggest indicator that the problems related to gender equality are reflected in education in Turkey. Results from PIAAC, reviewing formal and adult education practices is important for solving problems related to gender equality. In this study, it is aimed to critically evaluate the results obtained by adults in Turkey in the PIAAC tests in the context of gender sociology and some suggestions for the solution are presented.

Keywords: PIAAC, Women, Gender, Inequality.

Summary

Problems related to gender equality in education are among the most important problems that maintain their universality and currency in the world. Many national and international organizations, various non-governmental organizations also show interest in this problem and try to produce permanent solutions to the problem of access to education and attendance of especially disadvantaged women and girls. Although some progress has been made as a result of the efforts made at this point, millions of women around the world are still deprived of education, which is defined as a fundamental right. Turkey is one of the countries that cannot solve the problems related to gender equality in education. Failure to resolve to gender equality in Turkey negatively affects women's access to education and restricts their attendance, and also causes a decrease in school success. Women, who have lower enrollment rates compared to men at almost every level of education, face obstacles in accessing even the right to read and write, which is considered one of the most basic indicators of education. As of 2020, 1.8 million of the 2 million illiterate people in Turkey are women.

The problems related to gender equality in Turkey are also reflected in the results of the PIAAC implemented by the OECD. PIAAC, an international program focusing on the assessment

of basic skills of adults aged 15-65, is implemented in 33 countries, including Turkey. Turkey participated in the Second Round of PIAAC studies covering the period 2012-2016 and as a result of the assessments and evaluations carried out in 30 provinces, the current situation of adult skills in Turkey was revealed. Turkey; By achieving low scores in all problem-solving skills tests in verbal, numerical and technology-intensive environments, it fell far behind OECD countries and became one of the countries with the highest difference in gender scores. In Turkey, men outperformed women in all three skill areas evaluated. Among the participating OECD countries, women and men performed equally well in verbal and numerical skills, while men outperformed women in both skills in Turkey. A similar picture emerged in the problem solving skill test in a technology-intensive environment. While the rate of men who state that they have no previous experience with computers in Turkey is 29%, the rate of women is 47%. This gender gap is the highest of all participating countries and economies. This picture revealed by the PIAAC results is the biggest indicator that the problems related to gender equality are reflected in education in Turkey and that women continue to be in a disadvantaged position. The results obtained in PIAAC are important in terms of reviewing both formal and adult education practices, identifying and solving problems related to gender equality and eliminating the disadvantaged positions of women and girls. Therefore, this study; it is about critically evaluating the results obtained by adults in Turkey in the PIAAC tests in the context of gender sociology. In this framework, first of all, the skills that were focused on in the PIAAC tests were focused and the current situation of Turkey in skill areas was compared with other OECD countries. Then, the performances of adults in Turkey were evaluated in the context of gender equality and the reasons for the inequalities between women and men were revealed. Finally, some solution proposals are given for the elimination of inequalities between both sexes in Turkey and for ensuring social justice and equality of opportunity in education.

Giriş

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü'nün (OECD) yetişkinlerin yeterlilik ve becerilerini uluslararası boyutta ölçme ve değerlendirmeye yönelik çalışmaları 1990'lı yıllar itibariyle başlamış, bu çerçevede uygulamaya konan ilk çalışma 1994-1996 yıllarını kapsayan Uluslararası Yetişkin Okuryazarlığı Araştırması (IALS) olmuştur. Söz konusu çabalar 2002-2006 yılları arasında yürütülen Yetişkin Okuryazarlığı ve Yaşam Becerileri Araştırması (ALL) ile devam etmiş, 2008 yılından itibaren ise bu araştırmalardan edinilen birikim ve deneyim ile geliştirilerek güncellenen PIAAC uygulanmaya başlanmıştır (Yıldız vd., 2018: 210). OECD tarafından organize

edilen ve toplamda 33 ülkenin katıldığı PIAAC, yetişkin becerilerinin değerlendirilmesine odaklanan uluslararası bir araştırmadır.

PIAAC aracılığıyla, yetişkinlerin 21. yüzyılın bilgi temelli ekonomilerine ve toplumlarına tam katılım sağlaması için ihtiyaç duyacakları üç temel işlem becerisindeki yeterlilikleri değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda sözel, sayısal ve teknoloji yoğun ortamlarda problem çözme becerileri olmak üzere üç ayrı alandaki yeterlilikler odağa alınmaktadır. Bu beceriler yetişkinlerin eğitim öğretim yaşantılarına, işgücü piyasalarına ve sosyal yaşama tam anlamıyla entegre olabilmeleri için gerekli görülmektedir. PIAAC kapsamında ise yetişkinlerin kendi yaşantılarında bu becerilere sahip olma ile bu becerileri kullanabilme düzeyleri üzerinde durulmaktadır (OECD, 2013: 18). Program 2 tur olacak şekilde yürütülmüş ve 2008-2013 dönemini kapsayan ilk tura 24 ülke katılım sağlamıştır. Türkiye, 2012-2016 dönemini kapsayan ikinci tur PIAAC çalışmalarına katılım sağlayan 9 ülke arasında yer almış ve 30 ilde yürütülen ölçme-değerlendirmeler sonucunda Türkiye'deki yetişkin becerilerinin mevcut durumu ortaya konmuştur. Türkiye'de 1 Nisan 2014 ile 31 Mart 2015 tarihlerini kapsayan süreçte yürütülen araştırmaya 16-65 yaş aralığındaki 5227 yetişkin katılmıştır. Analiz sonuçları Haziran 2016 tarihinde OECD tarafından yayınlanmıştır (ÇSGB, 2016a). Birinci ve ikinci turda aynı veri toplama araç ve yöntemlerinin kullanıldığı testlerde değerlendirme dili, her katılımcı ülkenin resmi dil ya da dilleri olarak belirlenmiştir. Yanı sıra bazı durumlarda ülkelerde yaygın olarak konuşulan azınlık ve bölgesel dillerde de birtakım değerlendirmeler gerçekleştirilmiştir (ÇSGB, 2016b).

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Toplumdan topluma farklılık gösteren eğitim alanındaki eşitsizliklerin en yaralayıcı türlerinden biri cinsiyete dayalı eşitsizliklerdir (Sarıtaş, 2018: 218). Cinsiyetler arası eşitsizlik sorununu çözüme kavuşturamayan Türkiye'de bu durum kadınların ve kız çocuklarının eğitime erişim ve devamını oldukça olumsuz etkilerken ayrıca okul başarılarının düşmesine sebebiyet vermektedir. Bireyin yaşam kalitesinin artırılması ile toplumsal kalkınma ve refahın sağlanmasında kilit bir role sahip olan eğitime erişim ve devam noktasında yaşanan her sorun hem kadınların hem de Türkiye'nin bugünü ve yarını olumsuz etkileyerek tehlikeye atmaktadır.

Türkiye'de toplumsal cinsiyet eşitliğiyle ilgili sorunlar OECD tarafından uygulanan PIAAC, Uluslararası Yetişkin Becerilerinin Ölçülmesi Programı, sonuçlarına da yansımıştır. Türkiye'nin de aralarında bulunduğu 33 ülkede uygulanan PIAAC kapsamında 16-65 yaş aralığındaki yetişkinlerin sözel, sayısal ve teknoloji yoğun ortamlarda problem çözme becerilerindeki genel durumları ortaya konmaktadır. Türkiye uygulanan tüm beceri testlerinde oldukça düşük puanlar elde ederek tüm ülke ve ekonomiler arasında son sıralarda yer almış, üstelik

de cinsiyetler arası puan farkının en yüksek olduğu ülkelerden biri olmuştur. Ortaya çıkan bu tablo Türkiye’de toplumsal cinsiyet eşitliği ile ilgili sorunların eğitime yansıdığı en büyük göstergesi olurken kadınların dezavantajlı konumlarının ne derece ciddi boyutlarda olduğunu da gözler önüne sermiştir. PIAAC’da elde edilen sonuçlar, Türkiye’de hem örgün hem de yetişkin eğitimi uygulamalarının gözden geçirilmesi ve sorunların tespit edilerek çözüme kavuşturulması noktasında acilen eyleme geçilmesi gerekliliğini göstermesi açısından önem arz etmektedir.

Bu çalışma kapsamında PIAAC’da Türkiye aleyhine ortaya çıkan olumsuz tablo ile cinsiyetler arası puan farkının ardında yatan sebepler açığa çıkarılmaya çalışılacak ve çözüme dair birtakım öneriler sunulacaktır. PIAAC testlerinde Türkiye’de yetişkinlerin sergilediği performanslar Türk eğitim sisteminin bireylere yaşamlarının devam ettirilmesi noktasında gerekli olan en temel becerileri dahi kazandıramadığını göstermektedir. Özellikle cinsiyetler arası puan farkı kadınların erkeklere kıyasla eğitime erişim, devam ve başarı noktasında çok daha ciddi sıkıntılar yaşadıklarını açığa çıkarmaktadır. Nitelikli insan sermayesinin en önemli güç haline geldiği günümüz toplumlarında eğitim sisteminin ataerkil düzene hizmet edecek ve kadınları dışlayacak şekilde işlemesi kabul edilebilir gibi değildir. Bu sebeple PIAAC sonuçlarının toplumsal cinsiyet sosyolojisi bağlamında eleştirel bir şekilde ele alınması son derece önemli ve gerekli hale gelmektedir. Bu çerçevede özellikle Stromquist’in “güçlendirme” ve “kadınların güçlendirilmesi” kavramları üzerinde durulacaktır. Çalışma kapsamında öncelikle PIAAC kapsamında odağa alınan becerilere yer verilecek ve Türkiye’nin beceri testlerinde sergilediği mevcut durum diğer OECD ülkeleri ile karşılaştırılarak analiz edilecektir. Daha sonra beceri testlerinde ortaya çıkan cinsiyetler arası puan farkının ardında yatan sebepler açığa çıkarılmaya çalışılacak ve çözüme dair öneriler sunulacaktır.

PIAAC Kapsamında Odağa Alınan Beceriler

Uluslararası niteliğe sahip bir araştırma olması sebebiyle önem arz eden PIAAC’da temel amaç, 16-65 yaş aralığındaki yetişkinlerin sözel, sayısal ve teknoloji yoğun ortamlarda problem çözme gibi temel becerilerinin genel durumunun ortaya konmasıdır. Zira bu beceriler bireylerin yaşamlarını devam ettirebilmeleri noktasında son derece önemli ve elzem olmaları sebebiyle değerli görülmektedir. Bu amaç kapsamında ilk olarak sözel beceriler odağa alınmakta, böylelikle bireylerin bilgi ve potansiyellerini geliştirerek yaşam amaçlarına ulaşmaları ve topluma tam katılım sağlamaları için gerek duydukları; yazılı metinleri anlama, değerlendirme ve kullanma becerileri tespit edilmeye çalışılmaktadır. Bu kapsamda 21. yüzyılın gerektirdiği önemli yeterliliklerden biri olan dijital metinleri okuma becerisi de değerlendirilmekte, konuşma ve yazma becerileri bu tanıma dâhil edilmemektedir. Bir diğer temel beceri olan sayısal becerilerde;

bireylerin yaşamlarında karşılaşılabileceği matematiksel durumları yöneterek bunların üstesinden gelebilmesi için gereken matematiksel bilgi ya da fikirleri kullanma ve yorumlama yeterliliklerine odaklanılmaktadır. Son olarak teknoloji yoğun ortamlarda problem çözme becerileri ile ise; herhangi bir bilgiye ulaşarak bu bilgiyi değerlendirmek, diğer bireylerle iletişim kurmak ve uygulamalı süreçlerde bulunmak maksadıyla dijital teknoloji, iletişim araçları ve ağlarını kullanma yetenekleri saptanmaya çalışılmaktadır (TEDMEM, 2016: 1).

PIAAC kapsamında birey performansları 500 puan üzerinden ölçülmekte ve oluşturulan puanlama sistemine bağlı olarak birtakım yeterlilik düzeyleri belirlenmektedir. Sergiledikleri performanslar sonucunda elde ettikleri puanlara göre yeterlilik düzeyleri saptanan yetişkinlerin temel becerilere ne ölçüde sahip oldukları tespit edilirken bu becerilerle neleri yapabildikleri ve yapamadıkları da açıklanabilir hale gelmektedir. Bu çerçevede oluşturulan yeterlilik düzeyleri ise; sözel ve sayısal beceriler için; 1. düzey altı, 1. düzey, 2. düzey, 3. düzey, 4. düzey ve 5. düzey olmak üzere toplamda altı, teknoloji yoğun ortamlarda problem çözme becerileri için 1. düzey altı, 1. düzey, 2. düzey ve 3. düzey olmak üzere toplamda 4 düzey şeklindedir¹.

PIAAC aracılığıyla üye ülkelerdeki yetişkinlerin mevcut beceri çerçevesini ortaya koyan verilerin sunulması oldukça değerli olmakla birlikte uygulamanın eleştirilecek pek çok noktası da bulunmaktadır. PIAAC ile ilgili yapılabilecek ilk eleştiri OECD tarafından uygulanan bir test olması sebebiyle tamamen pragmatik bir amaçla hareket edildiğine yöneliktir. OECD uluslararası bir ekonomik iş birliği örgütü olduğu için ekonomik ve pragmatik bir bakış açısıyla hareket etmekte, bu bakış açısı PIAAC'a da yansımaktadır. Araştırmaya katılan ülkelerdeki yetişkinlerin mevcut becerilerini ortaya koyarak politika yapıcılara birtakım veriler sunan OECD, ülkelerden bu veriler ışığında sistemlerini revize etmelerini beklemektedir. Ülkelerin sistemlerini bu doğrultuda revize etmesi hem ulusal hem de uluslararası arenada ihtiyaç duyulan nitelikli insan gücünün artması ve bu gücün dolaşımının sağlanması anlamını da taşımaktadır ki bu tam anlamıyla OECD'nin amaçlarına hizmet etmektedir. PIAAC benzeri araştırmaların politik ve pragmatik yönüne vurgu yapan Kirsch' e göre (2001), bu araştırmaların geliştirilmesinin en temel nedenlerinden biri karar süreçlerinde politika yapıcılara yardımcı olabilecek bilgiler sağlamaktır.

Ortaya çıkan bir diğer sorun ise kullanılan veri toplama araçları ve yöntemlerinin yeterince sağlıklı olup olmadığıyla ilgilidir. OECD'nin yetişkinlere yönelik yürüttüğü PIAAC ve benzeri araştırmalarda, okuryazarlık becerisinin oldukça teknik bir beceriymişçesine ele alınması ve bağlamından koparılarak değerlendirilmesi en çok eleştirilen noktaların başında gelmektedir. Bu beceriyi sosyal yaşamın ayrılmaz bir parçası olarak gören ve bu çerçevede değerlendirilmesi

¹ Ayrıntılı bilgi için bkz: <http://www.ikg.gov.tr/piaac/> , Erişim Tarihi: 06.10.2021.

gerektiğine vurgu yapan Hamilton ve Barton, PIAAC ve benzeri araştırmalarda bu durumun göz ardı edildiğinin altını çizmektedir. Buna göre ülkeler arası kıyaslamayı olanaklı hale getirecek nesnel verilerin elde edilmesi adına kültürel öğeler dışlanmakta ve günlük uygulamalar birer soru maddesi haline getirilmekte, böylelikle okuryazarlığın kendisi bağlamından koparılarak oldukça teknik bir beceriye indirgenmektedir (Yıldız vd., 2018: 214).

PIAAC kapsamında araştırmaya dahil edilen ve karşılaştırma yapılan ülkeler arasında teknolojik, ekonomik, kültürel ve sosyal açıdan büyük farklılıklar da bulunmaktadır. Söz konusu ülkelerdeki bu farklar bireylerin yaşam standartlarını doğrudan etkilemekte bu durum bireylerin hangi olanaklara erişebileceği veya bu olanaklardan ne ölçüde faydalanacağı noktasında oldukça belirleyici olabilmektedir. PIAAC testlerinde en yüksek puanları alan ülkelerin (Finlandiya, Japonya, Hollanda, İsveç) refah seviyesi yüksek ülkeler olması da bu durumu kanıtlar niteliktedir. Refah seviyesi ve yaşam standartlarının daha düşük olduğu ülkeler (Şili, Jakarta, Türkiye) ise düşük performanslar sebebiyle en alt sıralarda kendilerine yer bulmuştur. Refah seviyesi ve yaşam standardı bakımından oldukça farklılaşan ülkelerin tamamının aynı teste tabi tutulması şartların eşit ve adil olmadığı bir yarış anlamına gelmektedir. Dolayısıyla PIAAC sonuçları okunurken bu durumlar göz önüne alınmalıdır.

Türkiye'nin Beceri Alanlarındaki Mevcut Durumunun Diğer OECD Ülkeleri İle Karşılaştırılması

Tablo 1'de araştırmaya katılan ülkelerdeki yetişkinlerin beceri testlerinde sergiledikleri performanslar verilmiştir. Tablodaki veriler, Türkiye'nin her üç beceri alanında da son sıralarda yer alarak OECD ortalamasını düşüren ülkelere biri olduğunu gözler önüne sermektedir.

Tablo 1. Yetişkinlerin Beceri Testlerindeki Performansları

OECD Ülkeleri	Sözel Puan Ortalaması	Sayısal Puan Ortalaması	Teknoloji Yoğun Ortamlarda Problem Çözme 2. ve 3. düzeyde bulunan yetişkinlerin yüzdelik (%) oranları
Almanya	270	272	36
Avustralya	280	268	38
Avusturya	269	275	32
ABD	270	253	31
Çek Cumhuriyeti	274	276	33
Danimarka	271	278	39
Estonya	276	273	28
Finlandiya	288	282	42
Flaman Bölgesi(Belçika)	275	280	35

Fransa	262	254	.. ²
Hollanda	284	280	42
İrlanda	267	256	25
İsrail	255	251	27
İngiltere	273	262	35
İtalya	250	247	-
İspanya	252	246	-
İsveç	279	279	44
Japonya	296	288	35
Kanada	273	265	37
Kuzey İrlanda	269	259	29
Kore	273	263	30
Norveç	278	278	41
Polonya	267	260	19
Slovak Cumhuriyeti	274	276	26
Slovenya	256	258	25
Şili	220	206	15
Türkiye	227	219	8
Yunanistan	254	252	14
Yeni Zelanda	281	271	44
OECD Ortalaması	268	263	31
Ortak Ülkeler			
Güney Kıbrıs	269	265	-
Jakarta(Endonezya)	200	210	-
Litvanya	267	267	18
Rusya	275	270	26
Singapur	258	257	37

Kaynak: TEDMEM, 2016: 3

Sözel beceri alanında yapılan testte en yüksek performansı gösteren ülke 296 puan ortalaması ile Japonya'dır. Japonya'yı 288 puan ile Finlandiya ve 284 puan ile Hollanda takip etmektedir. Türkiye ise bu alanda yapılan testte elde ettiği 227 puan ile son sıradaki ülkeler arasında yer almıştır. Bu alanda sadece 220 puan ortalamasına sahip Şili ile 200 puan ortalamasına sahip Jakarta Türkiye'den daha düşük performanslar ortaya koymuştur. Türkiye burada 268 olan OECD ortalamasının 41 puan gerisinde kalırken en yüksek performansı gösteren Japonya ile arasındaki fark tamı tamına 69 puandır.

Sözel beceri alanında en yüksek performansı sergileyen Japonya, Finlandiya ve Hollanda sayısal beceri testinde de en yüksek puan ortalamalarına sahip ülkeler olmuşlardır. Türkiye bu alanda yapılan testte elde ettiği 219 puan ile son üç ülkeden biri olmuştur. Bu alanda Türkiye'den düşük performans sergileyen ülkeler ise 210 puan ortalamasına sahip Jakarta ile 206 puan

²“-” işareti veri yok anlamına gelmektedir.

ortalamasına sahip Şili'dir. Türkiye burada 263 olan OECD ortalamasının 44 puan gerisinde kalırken en yüksek performansı gösteren Japonya ile arasındaki fark tamı tamına 69 puandır.

Teknoloji yoğun ortamlarda problem çözme becerisinde en üst yeterlilik sayılan 2. ve 3. düzeyde bulunan yetişkinlerin yüzdelik oranlarına bakıldığında ise en yüksek orana sahip ülkelerin İsveç, Yeni Zelanda, Hollanda, Finlandiya ve Norveç olduğu gözlenmektedir. Türkiye bu alanda % 8'lik oran ile en son sırada yer almaktadır. Bu alandaki OECD ortalamasının % 31 olduğu göz önüne alınacak olursa durumun Türkiye açısından ne derece olumsuz olduğu daha iyi anlaşılacaktır.

PIAAC Sonuçlarının Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Değerlendirilmesi

PIAAC sonuçları dikkatle incelendiğinde Türkiye açısından ortaya çıkan olumsuz tablo oldukça çarpıcıdır. Beceri alanlarında gösterilen performanslar OECD ortalamalarının oldukça altında kalırken Türkiye, beceri testlerinin tamamında son sıralarda yer almıştır. Türkiye açısından bu olumsuz tabloyu daha da vahim hale getiren bir diğer gösterge ise cinsiyetler arası puan farkıdır. Türkiye'de erkekler beceri testlerinin tamamında kadınlardan daha yüksek performanslar göstermiştir. Bu durum Türkiye'de toplumsal cinsiyet eşitliğiyle ilgili sorunların PIAAC sonuçlarına yansıtıldığı en büyük göstergesidir. Zira Türkiye, cinsiyetler arasında ortaya çıkan puan farkının en yüksek olduğu ülke olması sebebiyle de diğer ülke ve ekonomilerden ayrılmaktadır. Tablo 2'de cinsiyetler arası puan farkının en yüksek ve en düşük olduğu ülkelerden bazıları verilmiştir(ÇSGB, 2016b:8).

Tablo 2. Beceri Testlerinde Ortaya Çıkan Cinsiyetler Arası Puan Farkı

OECD Ülkeleri	Sözel Puan Farkı	Sayısal Puan Farkı
Polonya	+6 ³	2
Litvanya	+3	2
Slovak Cumhuriyeti	+1	2
OECD ortalaması	2	12
Singapur	7	15
Şili	8	21
Türkiye	11	27

Kaynak: <https://www.oecd.org/skills/piaac/> Erişim Tarihi: 02.05.2022

OECD ortalamasına baktığımızda kadınlar ve erkeklerin sözel beceri testlerinde genellikle birbirlerine denk performanslar sergiledikleri dikkat çekerken, sayısal beceri testlerinde erkeklerin daha yüksek performanslar sergiledikleri gözlenmiştir. Hatta Polonya, Litvanya ve Slovak Cumhuriyeti'ndeki veriler bizlere kadınların sözel beceri testlerinde erkeklere kıyasla çok daha

³ “+” ifadesi kadınlar lehine ortaya çıkan puan farkını ifade etmek için kullanılmıştır.

yüksek yeterlilik seviyelerine sahip olduklarını göstermiştir. Türkiye’de ise erkekler hem sözel hem de sayısal beceri testlerinde kadınlardan daha yüksek puanlar elde etmişlerdir. Cinsiyetler arası fark sözel becerilerde 11 puana kadar ulaşmıştır ki Türkiye, bu farkın 7’den yüksek olduğu Jakarta, Singapur ve Şili gibi ülkeler arasında yer almıştır. Sayısal beceri testinde cinsiyetler arası puan farkı daha da artarak Türkiye’de 27 puana ulaşmış ve 12 puan olan OECD ortalamasının oldukça üzerinde kaydedilmiştir. Yanı sıra sayısal beceri testlerinde her iki cins arasında kaydedilen puan farkının 25’in üzerinde kaydedildiği tek ülke de Türkiye’dir. Türkiye açısından en olumsuz tablonun elde edildiği teknoloji yoğun ortamlarda problem çözme beceri testinin sonuçları ise kadınların erkeklere kıyasla ne kadar dezavantajlı konumda olduğunu bir kez daha gözler önüne sermiştir. Zira Türkiye’de kadınların %47’si bilgisayarlarla herhangi bir tecrübe yaşamadıklarını dile getirmiş ya da BİT temel testinde başarısız olmuşken erkeklerde bu oran %29 olarak kaydedilmiştir. OECD ülkelerinde ise ortalama oran kadınlarda %15 ve erkeklerde %14’tür (ÇSGB, 2016b:8). Teknoloji yoğun ortamda problem çözme becerilerinde cinsiyete dayalı ortaya çıkan farklar Tablo 3’de yer almıştır.

Tablo 3. Teknoloji Yoğun Ortamda Problem Çözme Testinde Ortaya Çıkan Cinsiyetler Arası Fark

	BİT testinde başarısız olanlar veya bilgisayarla tecrübesi olmayanların oranı (%)		2. ve 3. Düzeyde bulunanların oranı (%)	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
Türkiye	47	29	6.2	9.3
OECD ortalaması	15	14	27.7	31.7

Kaynak: <https://www.oecd.org/skills/piaac/> Erişim Tarihi: 02.05.2022.

PIAAC kapsamında Türkiye açısından ortaya çıkan bir diğer önemli sonuç, beceri alanlarında kadınlar ve erkekler arasında kaydedilen puan farklarının yaşa bağlı olarak giderek artmasıdır. Beceri alanları çerçevesinde cinsiyete bağlı olarak yapılan performans karşılaştırmaları kadınlar ve erkekler arasındaki puan farkının yaşa bağlı olarak arttığını açığa çıkarmıştır. Sözelimi, sayısal beceriler alanında 16-24 yaş aralığında kadınlar ve erkekler arasında saptanan 11 birimlik puan farkı, 45-65 yaş kategorisinde 42 puana kadar yükselmiştir. Bu durum, bilhassa ileri yaşlardaki yetişkin erkeklerin kadınlara oranla daha yüksek yeterlilik seviyelerine sahip olduğuna işaret etmektedir (TEDMEM, 2016: 14).

Tablo 4. Sayısal Beceri Testinde Farklı Yaş Aralıklarında Cinsiyete Bağlı Ortaya Çıkan Puan Farkları

	16-24 yaş	45-65 yaş
Türkiye	11	42
OECD Ortalaması	7	14

Kaynak: <https://www.oecd.org/skills/piaac/> Erişim Tarihi: 02.05.2022

Tablodaki bilgilere bakıldığında kadınlar ve erkekler arasında cinsiyete bağlı olarak ortaya çıkan ve 16-24 yaş aralığında OECD ortalamasına göre 4 puan olan farkın, 45-65 yaş aralığında yaklaşık 28 puana kadar yükseldiği görülmektedir. Beceri alanlarında yaşa bağlı olarak ortaya çıkan puan farkı, özellikle yetişkin kadınların gündelik yaşantılarında ihtiyaç duyabilecekleri yeterlilik ve becerilere sahip ol(a)madıklarına, dolayısıyla da erkeklere kıyasla daha dezavantajlı bir konumda bulunmalarına sebebiyet verebilmektedir.

Sonuç itibarıyla PIAAC sonuçlarının ortaya koyduğu bu tablo Türk eğitim sisteminin bireylere yeterli bilgi ve becerileri kazandıramadığını gözler önüne sermekte, özellikle kadınların dezavantajlı konumlarının eğitim alanında kendini oldukça hissettirdiğini açığa çıkarmaktadır. Oysa eğitim sistemleri bireylerin ve bilhassa kadınların güçlendirilmeleri ve öz farkındalıklarının artırılması noktasında kilit role sahiptir. Güçlendirme kavramını bilişsel, psikolojik, politik ve ekonomik boyutlarıyla ele alan Stromquist, toplumsal cinsiyet farkındalığı kazandırmak adına dikkatli bir şekilde hazırlanmış eğitimsel düzenlemeler ile bu dört boyutun geliştirilebileceğini belirtmektedir (Stromquist, 2012: 185-188). Bu sebeple PIAAC sonuçlarının toplumsal cinsiyet eşitliği bağlamında değerlendirilmesi Türk eğitim sistemindeki sorunların tespiti ve çözüm aşamasına geçilmesi açısından önem arz etmektedir.

Toplumsal Cinsiyet ve Eğitim

Toplumsal cinsiyet kavramı ile ilgili bilinmesi gereken en önemli şey bu kavramın cinsiyet kavramı ile aynı anlamı taşımadığıdır. Cinsiyet kavramı biyolojik olarak “kadın” veya “erkek” olmak ile ilgiliyken toplumsal cinsiyet kavramı toplumsal süreçte yaratılan “kadınlık” ve “erkeklik” tanımlarına vurgu yapmaktadır. Eileen Bryne bu durumu “*toplumsal cinsiyet, toplum tarafından erkek ve kızlara birlikte giydirilmek için dikilmiş tulumlar bütünüdür*” sözleriyle ifade etmekte ve toplumsal cinsiyet inşasının toplum tarafından nasıl yapılandırıldığına altını çizmektedir (Arnot, 2012: 172).

Eğitimde toplumsal cinsiyet eşitliği ile ilgili sorunlar uzun yıllardır ulusal ve uluslararası arenanın öncelikli gündem maddeleri içerisinde yer almakta pek çok kurum ve kuruluş da bu soruna ilgi göstermektedir. Bu noktada özellikle dezavantajlı konumda bulunan kadınların ve kız çocuklarının eğitime erişim ve devam sorunlarına kalıcı çözümler üretilmeye çalışılmakta ancak yine de istenen düzeyde bir ilerleme kaydedilememektedir. Zira dünya genelinde hâlâ milyonlarca kadın temel bir hak olarak tanımlanan eğitimden mahrum bırakılmaktadır⁴.

⁴ UNESCO Genel Direktörü Audrey Azoulay yaptığı basın açıklamasında 2021 yılı itibarıyla dünyada 773 milyon kişinin okuma yazma bilmediğini ve bu kişilerin üçte ikisinin kadın olduğunu belirtmiştir. Ayrıntılı bilgi için bkz: <https://www.unesco.org.tr/home/AnnouncementDetail/5806>, Erişim Tarihi: 15.10.2021.

Oysaki bireyin toplumla uyum içinde var olarak aktif roller üstlenebilmesi haklarının bilincinde olarak bunları kullanabilmesi ile yakından ilişkilidir. Eğitim bireyin kendi hak ve özgürlüklerini bilmesi ve kullanması noktasında oldukça önemli bir hak olarak öne çıkmakta, eğitim hakkını toplumun diğer üyeleriyle eşit ve etkili şekilde kullanan bireyler toplumsal gelişime önemli katkılar koymaktadır (Özaydınlık, 2014: 95). Türkiye’de nüfusun yarısını oluşturan kadınların eğitime erişim ve devamları noktasında yaşayacağı her sorun Türkiye’nin kalkınma ve ilerlemesini önemli ölçüde yavaşlatarak engellemektedir. Türkiye Cumhuriyeti’nin Kurucusu Mustafa Kemal Atatürk’ün yıllar öncesinde ifade ettiği gibi: *“Bir toplum, bir millet erkek ve kadın denilen iki cins insandan meydana gelmektedir. Mümkün müdür ki, bir camianın yarısı topraklara zincirlerle bağlı kaldıkça diğer kısmı semalara yükselebilir? Şüphe yok, ilerleme adımları iki cins tarafından beraber, arkadaşça atılmalı ve iş, ilerleme ve yenileşme sahasında mesafeler birlikte kat edilmelidir. Böyle olursa inkılap başarıyla sonuçlanır”* (Atatürk Araştırma Merkezi, 1997: 226-227). Bu sebeple kadınların eğitim hakkına erişimi ve devamlarına gereken önemin gösterilmesi gerekmektedir. Ancak PIAAC sonuçlarının ortaya koyduğu tablo hem örgün hem de yetişkin eğitimi uygulamalarında kadınların erkeklerden daha dezavantajlı konumda olduğunu, dolayısıyla da eğitimde toplumsal adalet ve fırsat eşitliğinin ne yazık ki sağlanamadığını göstermektedir.

Stromquist’e göre kadınlar, toplumsal cinsiyete duyarlı eğitim sistemleri içerisinde bilişsel olarak kendi gerçekliklerinin eleştirel anlayışını gerçekleştirebilecek bir kapasiteye erişme ve psikolojik anlamda özsaygı duygusu oluşturabilme şansına sahip olabilmektedir. Böyle bir eğitim sistemi kadınların kendi aleyhlerine işleyen güç eşitsizliklerinin farkına varması ve örgütlenmek için harekete geçme kabiliyeti edinmesi ile ekonomik anlamda bağımsızlaşarak kendilerini idame ettirmelerine de katkı koyma potansiyeli taşımaktadır. Bu sebeple eğitimsel düzenlemeler hazırlanırken sözü edilen her bir sonucun açıkça gerçekleştirilmesini sağlayacak uygulama ile programların oluşturulmasına özen gösterilmelidir (2012: 188-190). Böylelikle eğitimde toplumsal adalet ve fırsat eşitliğinin sağlanması ve kadınların aleyhine işleyen ataerkil anlayış ile toplumsal cinsiyete dayalı rol ve beklentilerin ortadan kaldırılması daha kolay bir şekilde gerçekleştirilecektir.

Eğitimde fırsat eşitliği kavramı, aralarında hiçbir ayırım gözetilmeksizin toplumun her bir bireyine, yetenek ve kapasitelerini en uygun şekilde geliştirmeleri noktasında hayati öneme sahip olan eğitim hizmetlerinden eşit şekilde yararlanma şansının verilmesi anlamına gelmektedir. Günümüz toplumlarının büyük kısmında kişilere hukuk önünde eğitimde fırsat eşitliği sağlansa da bu hakkın kullanımını noktasında bazı sıkıntılar bulunmaktadır. Hukuki anlamda herhangi bir engel bulunmasa da maddi imkan yetersizliği sebebiyle eğitim hakkından mahrum kalan/bırakılan veya

bu haklardan yeterince yararlanamayan milyonlarca kişinin olması bu durumun en büyük kanıtıdır. Dolayısıyla hukuki hak ve özgürlükler tek başına bir anlam ifade etmemekte, eğitimde fırsat eşitliğinden bahsedebilmek için kişilere söz konusu hak ve özgürlükleri kullanmak için gerekli imkanların da sağlanması zorunlu hale gelmektedir (Kandemir ve Kaya, 2010: 560).

Dünyanın pek çok ülkesinde olduğu gibi Türkiye’de de eğitimde toplumsal adalet ve fırsat eşitliği ne yazık ki sağlanamamıştır. Bu durum kadınların ve kız çocuklarının eğitime erişimini daha olumsuz bir şekilde etkilerken okul başarılarının düşmesine de sebep olmaktadır. Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) desteğiyle Cinsiyet Eşitliği İzleme Derneği (CEİD) tarafından 2022 Mart ayında yayınlanan “2000-2019 Yılları arasında Türkiye’nin Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Performansı” başlıklı raporu, 2015-2016 yılları itibariyle eğitimde toplumsal cinsiyete dayalı farklılıkların artmaya başladığını ortaya koymuştur. Avrupa İstatistik Ofisi (Eurostat) verilerine göre Avrupa ülkeleri arasında en yüksek okuldan erken ayrılma oranına sahip olan Türkiye, aynı zamanda kadınlar ve erkekler arasındaki farkın en yüksek olduğu ülke olmuştur. Dünya Ekonomik Forumu (WEF) tarafından yayınlanan 2021 Küresel Cinsiyet Eşitliği Endeksi ise, Türkiye’de kadınların eğitim imkanlarına erişimi ve başarısı noktasında 156 ülke arasında 101. sırada yer aldığını gözler önüne sermekte, benzer şekilde Türkiye İstatistik Kurumu’nun (TÜİK) 2020 verileri tüm eğitim düzeylerinde kadınların erkeklere kıyasla daha düşük okullaşma oranlarına sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Eğitimin en temel göstergelerinden biri olan okuma-yazma oranlarına bakıldığında dahi aradaki fark net bir şekilde açığa çıkmaktadır zira 2020 yılı itibariyle Türkiye’de okuma yazma bilmeyen 2 milyona yakın kişinin yaklaşık 1.8 milyonunu kadınlar oluşturmaktadır⁵.

Eğitimde toplumsal cinsiyet eşitliği ile ilgili sorunlar temelde kadınların ve kız çocuklarının eğitime erişim ve devam sorununa odaklansa da erişim ve devam sorunlarının çözülmesi tek başına bir anlam ifade etmemektedir. Stromquist, güçlendirmenin çoğu durumda okul sistemine katılım ile sınırlandırıldığını belirtmekte ve bu anlayışın yanlış bir bakış açısına yol açtığının altını çizmektedir. Eğitimle ulaşılan deneyim ile bilginin kadınları ve kız çocuklarını otomatik olarak bilinçlendirdiği ve güçlendirdiği varsayılmaktadır. Oysa eğitim tek başına bunu sağlamaktan oldukça uzaktır (Stromquist, 2012: 192). Dolayısıyla yalnızca nicel verilerle ortaya konan erişim ve devam sorununun buzdüğünün yalnızca görünen kısmını oluşturduğu unutulmamalıdır. Kadına ve kız çocuklarına yönelik ayrımcılık, toplumsal ve kültürel kalıp yargılar sebebiyle daha

⁵ Ayrıntılı bilgi için bkz:

<https://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/library.html>,

<https://www.weforum.org/reports/ab6795a1-960c-42b2-b3d5-587eccda6023> ve

<https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Egitim,-Kultur,-Spor-ve-Turizm-105>, Erişim tarihi: 20.04.2022

çocukluğun ilk dönemlerinden itibaren ailede başlamakta, bu bağlamda kız çocuklarına erkek çocuklardan daha az olanak tanınması ile kendini göstermektedir. Bu eşitsiz durum ilerleyen süreçlerde okul, medya ve siyaset gibi toplumsal kurumlardaki cinsiyetçi söylem ve uygulamalar aracılığıyla yeniden üretilerek daha da pekiştirilmektedir (Sayılan, 2012: 13; Özaydınlık, 2014: 96). Tezcan ise (1996), eğitimde fırsat eşitsizliklerinin en temel sebepleri arasında ekonomik, coğrafi, toplumsal ve siyasal etmenleri görmekte, bu etmenlerin kadınların eğitime erişim ve devamını oldukça olumsuz etkilediğini belirtmektedir.

Bu noktada öne çıkan önemli etmenlerden biri olan ekonomi, özellikle düşük gelirli aileler için büyük sorun teşkil etmektedir. Aile geliri kişinin alacağı eğitimin miktarını ve çeşidini etkilemekte buna bağlı olarak düşük gelirli ailelerde eğitime ayrılan bütçe daha az olmakta, bu bütçeyle ise çocukların ancak eğitimle ilgili temel ihtiyaçları karşılanabilmektedir (Tezcan, 1996: 112). Geliri düşük ve çok çocuklu ailelerde hangi çocuğun eğitimden yararlanacağı konusunda bir tercih yapan aileler, tercihlerini genellikle erkek çocuklardan yana kullanmaktadır. Geleneksel “kızlar okumaz” görüşü sebebiyle eğitimden mahrum bırakılan kız çocukları genellikle ev işlerine yardım etmeleri veya aile bütçesine destek olmaları için çalıştırılmaktadır (Tunç, 2009; Adıgüzel 2013; Yavuz vd., 2016). Dolayısıyla alt sosyo-ekonomik düzey kadınlarda ve kız çocuklarında eğitime erişim ve devamı engelleyen en önemli etmenlerden biri olarak öne çıkmaktadır (Sayılan, 2012: 65). Bu durum eğitimde toplumsal adalet ve fırsat eşitliğini engellerken, eğitim hakkından mahrum kalan kız çocuklarının ilerleyen süreçlerde özellikle de yetişkin yaşantılarında pek çok dezavantaj ve sorun yaşamalarına sebebiyet verebilmektedir.

Dünyanın pek çok ülkesinde görülen kırsal alanların daha fazla eğitim eşitsizliğine maruz kalması durumu Türkiye için de geçerliliğini korumakta ve kırsaldaki bu eşitsizlikler en çok kadınları ve kız çocuklarını etkilemektedir. Türkiye’de kırsal alanların oldukça dağınık olması ekonomik sebeplerle hepsini okullandırmayı oldukça güç bir hale getirmektedir. Kırsal alanlarda derslik, araç gereç ve öğretmen yetersizliği, öğretmen başına düşen öğrenci sayısının fazlalığı, kız çocuklarının okula devamsızlığının yüksekliği, ailelerin gelir yetersizliği ve tarımsal uygulamalarda çocuğun işgücünden faydalanılması gibi sebepler eğitimde eşitsizlikleri arttıran diğer etmenler olarak karşımıza çıkmaktadır (Tezcan, 1996; 114). Bu çerçevede ortaya çıkan önemli sorunlardan biri bölgesel farklılıklara bağlı olarak yaşanan eğitime erişim ve devam sorunlarıdır. Özellikle Doğu ve Güneydoğu bölgeleri için geçerli olan bu durum cinsiyete dayalı farkların daha çok ortaöğretim kademesi itibarıyla başladığını gözler önüne sermektedir. Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) tarafından yayınlanan 2020-2021 yılı istatistikleri Türkiye’nin batı bölgelerinde kadınlar için %90 seviyelerinde olan ortaöğretim erişiminin doğu bölgelerinde %75

seviyelerine düştüğünü açığa çıkarmaktadır⁶. Ortaöğretime dahi erişmekte sıkıntı çeken kadınların bir üst seviyedeki örgün ve yetişkin eğitimi süreç ile uygulamalarına erişmesi oldukça zor görünmekte bu ise kadınların eğitim yoluyla güçlendirilmesini olanaksız hale getirmektedir.

Eğitimde yaşanan bu eşitsizliklerin temelinde ise yüzyıllardır süregelen ataerkil yapı bulunmaktadır. Kadınlar ve erkekler arasında tek başına herhangi bir eşitsizlik içermeyen biyolojik farklılık, toplum ve kültür tarafından şekillendirilerek hiyerarşik bir yapıya dönüşen “kadınlık” ve “erkeklik” tanımlarını ortaya çıkarmaktadır. Ataerkil özellikte olan bu tanımlar birbirlerini dışlayacak ve karşıtlık içinde olacak şekilde oluşturulurken bir tarafın daha üstün ve egemen konumda olmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda erkekler tartışmasız bir biçimde daha üstün sayılmakta, kadınlar cinsiyet karşıtlığının “aşağı” kutbunda konumlandırıldıkları için özel bir baskı ve ezilme tehlikesi ile karşı karşıya kalmaktadır (Berktaş, 2004: 2-3).

Stromquist, örgün eğitim sistemleri içerisinde öğrencilerin toplumsal cinsiyete dayalı baskı ve ayrımcılık konusunda bilişsel ve psikolojik farkındalık edinerek güçlendirilmelerinin mümkün olduğunu ifade etmektedir. Buna göre ilk ve ortaöğretim esnasında toplumsal cinsiyete ilişkin bazı kavramların uygun düzeylerde tanıtılması sayesinde öğrencilerin psikolojik ve bilişsel anlamda gelişmeleri sağlanabilmektedir. Bunun için erkeklik ve kadınlıkla ilgili cinsel kalıp yargılara karşı koymayı ve sorgulamayı mümkün hale getirecek bilgi ve becerilerin kazandırılması noktasında çaba harcanmalı, yanı sıra öğrencilere toplumsal cinsiyet ayrımının olmadığı toplumlar için alternatif perspektifler sağlayan eğitimler de verilmelidir (Stromquist, 2012: 189). Ancak Türk eğitim sistemi toplumsal cinsiyete duyarlı olmaktan oldukça uzaktır. Yakın dönem yapılan çalışmalar Türk eğitim sistemindeki mevcut uygulama ve müfredatların ne derece cinsiyetçi olduğunu ortaya koymaktadır (Esen ve Bağlı, 2002; Sayılan ve Özkazanç, 2009; Asan, 2010). Eğitim içeriklerinin bireyleri güçlendirebileceği gibi güçsüz kılabildiğine de vurgu yapan Gümüsoğlu'na göre (2008), özellikle 1950 sonrası ders kitaplarında kadınların söz ve karar hakkını yok sayan içerik ve anlayışlar ön plana çıkmaya başlamıştır. Uysal ya da uyumlu olmaları beklenen ve sürekli olarak edilgen bir konumda resmedilen kadın imgesi için ev=cennet benzetmesi yapılırken kadınların asıl görevinin evi ve ailesi olduğunun altı çizilmiştir. Ataerkil anlayış ile toplumsal cinsiyete dayalı rol ve beklentilerin sürdürülmesine hizmet eden bu sistemde bireylerin bilinçlendirilmeleri ve toplumsal cinsiyete dayalı baskı ve sömürünün farkına varmaları oldukça zordur.

⁶Ayrıntılı bilgi için bkz:

https://sgb.meb.gov.tr/www/icerik_goruntule.php?KNO=424, Erişim tarihi: 16.10.2021

Tüm bu değişkenler göz önüne alındığında PIAAC' da kadınlar aleyhine ortaya çıkan olumsuz tablonun sebepleri daha iyi anlaşılmaktadır. Kadınların gündelik yaşamın sürdürülmesi noktasında gereken temel becerileri edinmek için ihtiyaç duydukları örgün ve yetişkin eğitimi süreçlerine erişmekte dahi erkeklere kıyasla daha dezavantajlı konumda olmaları PIAAC' daki performanslarını direkt olarak etkilemiş ve daha düşük performanslar sergilemelerine neden olmuştur. Dolayısıyla PIAAC' daki cinsiyetler arası puan farkı bu bakış açısı dikkate alınarak okunmalıdır. Erkek katılımcıların kadın katılımcılara oranla daha yüksek performanslar sergilemesi erkeklerin her üç beceri alanında daha yetkin olduğu ile ilgili olmaktan ziyade kadınların eğitime erişim ve devam noktasında yaşadığı sıkıntıların performanslarına yansıdığına göstergesidir. Zira yine OECD tarafından organize edilen ve 15 yaş grubundaki örgün eğitim öğrencileri ile gerçekleştirilen PISA (Programme for International Student Assessment) testinin sonuçları kız öğrencilerin okuma ve fen alanındaki testlerde erkek öğrencilerden daha yüksek puanlar elde ettiklerini, matematik alanında ise puanların birbirine oldukça yakın olduğunu ortaya koymaktadır⁷. Bu durum eğitime erişim ve devam noktasında herhangi bir engelle karşılaşılmadığı takdirde kadınların erkeklere kıyasla daha iyi performanslar ortaya koyabildiklerinin açık bir göstergesidir.

Eğitimdeki eşitsizlikler bir yanı sıra toplumsal eşitsizliklerin bir yansıması olurken, diğer yandan toplumsal eşitsizliklerin yapılanmasında önemli bir etken haline gelmektedir. Bu noktada ortaya çıkan ve toplumsal cinsiyete dayanan eğitimsel eşitsizlikler ise toplumda süregelen ve kadınların aleyhine işleyen sistemin yeniden üretilerek pekiştirilmesine neden olmaktadır (Sayılan, 2012:71). Söz konusu sürecin tersine çevrilerek her iki cins için de eşitlik ve adaletin sağlanması ise eğitim yoluyla güçlendirilmeleri ile mümkündür. Kadınların eğitime erişim ve devam sorunlarının telafisi ile eğitim yoluyla güçlendirilmelerinde önemli bir kavram haline gelen yetişkin eğitimi, öğrenme süreçlerinin yalnızca gençlik dönemiyle sınırlandırılmayacağı ve yaşamın tamamının öğrenmekten ibaret olduğu felsefesine dayanmaktadır (Lindeman, 1970: 5). Örgün eğitim süreçlerinin devamı ve tamamlayıcısı niteliğinde değerlendirilen yetişkin eğitimi genellikle, 'ikinci bir şans' olarak değerlendirilmekte, yetişkin eğitimi aracılığıyla eğitim süreçlerine yeniden erişim şansı bulan yetişkinlerin çağın gerektirdiği yeni bilgi ve becerileri daha kolay bir şekilde edinmek için çeşitli fırsatlar elde edeceği düşünülmektedir (Grummel, 2007: 184). Bu sebeple örgün eğitim süreçlerinin tamamlayıcısı niteliğinde olan yetişkin eğitimi süreç ile uygulamalarına da gereken önem verilmelidir.

⁷ Ayrıntılı bilgi için bkz:

https://www.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2019_12/03105347_PISA_2018_Turkiye_On_Raporu.pdf,

Erişim tarihi: 17.10.2021

Tartışma ve Öneriler

PIAAC’ da kadınların her üç beceri alanında da erkeklerden daha düşük performanslar sergilemesi Türkiye’de toplumsal cinsiyet eşitliği ilgili sorunların PIAAC sonuçlarına yansıdığını açığa çıkarmıştır. Çeşitli sebeplerle eğitim hakkından mahrum bırakılan kadınlar ve kız çocukları özellikle ataerkil toplum yapısı sebebiyle pek çok dezavantaj ve ayrımcılığa maruz bırakılmakta, bu ise özellikle yetişkin yaşantıları açısından büyük problem teşkil etmektedir. Bu nedenle eğitimde toplumsal adalet ve fırsat eşitliğinin önündeki engellerin kaldırılması ve kadınların eğitim yoluyla güçlendirilmeleri büyük önem arz etmektedir.

Bu noktada en önemli sorunların başında gelen ekonomi, hem örgün hem de yetişkin eğitimi süreç ile uygulamalarına erişim ve katılımı oldukça olumsuz etkilemektedir. Oysa sosyal devlet ve toplumsal adalet ile fırsat eşitliği anlayışı çerçevesinde her ülkenin ekonomik olanakları yetersiz bireylerine erişemedikleri veya mahrum bırakıldıkları hakları sağlaması gerekmektedir. (Okçabol, 2001: 1-9). Eğitim hakkı da bu çerçevede değerlendirilmesi gereken ve bireyin mahrum bırakılmasının kabul edilemeyeceği bir haktır. Dünyanın pek çok ülkesinde temel sosyal haklardan biri sayılan ve bu bağlamda da devlet aracılığıyla sunularak denetlenen eğitim, günümüzde giderek ticarileştirilen bir hal almakta, bu ise eğitimi fırsat eşitsizlikleri yaratan bir alan haline getirmektedir. Küreselleşme ve yeni liberal politikaların kendisi eşitsizliklerin kaynağının bireysel yetersizlikler olduğunu ileri sürmekte, böylelikle toplumsal yapı, politika ve kamu anlayışlarının ortaya çıkardığı tüm sorunlar göz ardı edilerek önemsizleştirilmektedir. Bireyin yetersizlikle suçlandığı bu bakış açısı, sosyal hizmet anlayış ve felsefesine oldukça ters düşmektedir. Kendisine sunulmayan haklardan bireyler değil mevcut yapı ve çevresel faktörlerin kendisi sorumludur. Yapısal sorunların bireylere ve bireysel yetersizliklere yüklenmesi, yeni liberal politikalar ile onu destekleyen mekanizmaların eşitsizlikleri meşrulaştırma çabasından ibarettir (Şentürk, 2008: 76; Gencer ve Kelebek, 2015: 313). Böyle bir ortamda devletin bireyleri liberalizmin insafına bırakması kabul edilebilir bir şey değildir. Eğitimde toplumsal adalet ve fırsat eşitliğinden tam manasıyla söz edilebilmesi ancak kadınlar ve erkeklerin eğitimden eşit ve adil şekilde yararlanması ile mümkündür. Dolayısıyla bu doğrultuda oluşturulacak politikalarda kadınlar ve kız çocuklarının dezavantajlı konumlarının gözden kaçırılmaması şarttır.

Örgün eğitim süreçlerinden yeterince faydalanamamış veya herhangi bir kademedeki okul terki yapmış kadınlar için yeni fırsatlar sunan yetişkin eğitimi, kadınların yaşam kalitelerinin artırmalarının önemli bir yolu haline gelmektedir. Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü’nün 2020 İzleme ve Değerlendirme Raporu, yetişkin eğitimi kapsamındaki kurslara kadın katılımının (%61) daha yoğun bir şekilde gerçekleştiğini gözler önüne sermektedir. Ancak 25-64 yaş

aralığındaki kadın katılımının genellikle el sanatları, giyim, güzellik-saç bakım, spor ya da müzik gibi kurslarda yoğunlaşması ve kadınların yaklaşık %45'lik kısmının sözü edilen bu 5 kurs etrafında toplanması (HBÖGM, 2020), yetişkin eğitiminde hedeflenen durum ile gerçekleşen durum arasında birtakım uyumsuzluklar olduğunu göstermektedir. Kadın katılımının oldukça yoğun olduğu bu kurslar, kadınların eğitim yoluyla güçlendirilmelerinden ziyade geleneksel toplumsal cinsiyet rollerine hizmet eden bir yapıdadır. Bu durum Türkiye'de yetişkin eğitiminin kadınlar açısından daha çok hobi ve boş zaman değerlendirme ekseninde tasarlandığı ve cinsiyetçi bir özelliğe sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla niceliğin tek başına bir anlam ifade etmediği ve bunun yanında niteliğe de önem verilmesi gerekliliğinin vurgulanmasında fayda vardır. Yetişkin eğitimi ile ilgili süreç ve uygulamalarda toplumun istek ve ihtiyaçları göz önünde bulundurulurken, özellikle kadınların eğitim yoluyla güçlendirilmesi ve dezavantajlı konumlarının ortadan kaldırılmasına yönelik kurslara ağırlık verilmesi ve içeriklerin gözden geçirilmesi şarttır.

Stromquist yetişkin kadınların büyük çoğunluğunun ekonomik anlamda ailelerine veya erkeklere bağımlı olduğunu göz önünde bulundurulması gerekliliğine vurgu yapmakta ve kadınların güçlendirilmesinde ekonomik bileşenlere ihtiyaç duyulduğuna dikkat çekmektedir. Bu bağlamda kadınlara yönelik yetişkin eğitimi programlarının istihdama dönük beceriler, yönetsel yetkinlikler veya mikro kredi elde etme becerileri ile özgürleştirici toplumsal cinsiyet bilgisinin bir bileşiminden oluşması son derece önemli hale gelmektedir. Bu şekilde hazırlanan programların katılımcıların psikolojik ve ekonomik güçlenme düzeylerini oldukça artırdığı Latin Amerika'daki yetişkin eğitimi süreçlerinde elde edilen başarılarla da kanıtlanmıştır (Stromquist, 2012: 196-199). Yetişkin eğitimi ile ilgili eğitimler hazırlanırken bu durum göz önünde bulundurulmalı ve kadınların güçlendirilmeleri noktasında etkili olabilecek kurs ve programlara ağırlık verilmelidir. Zira asıl mesele Stromquist'in de ifade ettiği üzere kadınların bilişsel, psikolojik, politik ve ekonomik olarak her anlamda güçlendirilip kimseye muhtaç olmayan bağımsız bireyler olarak var olmalarının sağlanmasıdır. Dolayısıyla özellikle ekonomik anlamda bağımsızlıklarını elde etmelerine ve toplumda aktif roller üstlenmelerine katkı koyacak eğitimlere ihtiyaç duyulduğu aşikardır.

Yanı sıra kadınlar açısından örgün ve yetişkin eğitime katılımı engelleyen sorunlara da akılcı çözümler getirilmesi gerekmektedir. Bu noktada karşılaşılan en önemli sorunlar; ev işleri, çocuk bakımı, çocuğu teslim edecek kimsenin bulunmaması, kurslardan haberdar olmama veya kurs saatleri ile mekanlarının uygun olmayışıdır (Elüstü, 2007; Taşçı vd., 2015; Gökçe ve Yıldız, 2018; Komşu ve Uysal, 2021). Bu çerçevede hem örgün hem de yetişkin eğitimi uygulama ile süreçlerinin yaygınlaştırılması önemli hale gelmektedir. Eğitim fırsatlarının yaygınlaştırılması Türkiye'nin doğusu ile batısı arasındaki makasın kapanmasına da katkı koyacaktır. Özellikle kırsal

alanlarda eğitim kurumlarının, dersliklerin ve öğretmenlerin azlığı örgün ve yetişkin eğitimi uygulamalarının sağlıklı ve verimli bir şekilde yürütülmesine engel olmaktadır. Bilhassa yetişkin eğitimi katılımcıları için kursların uzaklığı ve saatlerinin uygun olmayışı önemli bir katılma engeli haline geldiği için kursların yaygınlaşması ve saatlerinin katılımcıların istek ve ihtiyaçlarına göre organize edilmesi gerekmektedir. Ayrıca kadınların çocuklarını teslim edebilecekleri bakım evleri ve kreşlerin sayısının artırılması da katılımın artırılması noktasında önemlidir.

Türkiye’de kadınların ve kız çocuklarının eğitim alanındaki dezavantajlarının ortadan kaldırılması için hem ulusal hem de yerel düzeyde yapılacak iyileştirici politikalara ihtiyaç duyulduğu apaçık ortadadır. Bu çerçevede eğitimin ilk basamağından itibaren görülen ana eksiklik, akademik ve sosyo-ekonomik sorunlarla mücadele etme sürecinde başarısız olan öğrenenlerin/öğrencilerin yalnız bırakılması durumudur. Bu sebeple etkili danışmanlık ve sosyal hizmet desteğinin yaygınlaştırılması oldukça elzemdir (Komşu ve Uysal, 2021: 109). Böylelikle PIAAC sonuçlarında kadınlar açısından ortaya çıkan olumsuz tablo ortadan kaldırılabilir ve Atatürk’ün sözünü ettiği ilerleme ve yenilik adımları her iki cins için de ortak atılabilecektir.

Kaynakça

- Adıgüzel, A. (2013). Kız Çocuklarının Okullulaşma Engelleri ve Çözüm Önerileri Şanlıurfa Örneği. *EKEV Akademi Dergisi*, 17(56), 325-344.
- Arnot, M. (2012). *Erkek Hegemonyası, Sosyal Sınıflar ve Kadınların Eğitimi*. Toplumsal Cinsiyet ve Eğitim. F. Sayılan (Ed) Ankara: Dipnot Yayınları.
- Atatürk Araştırma Merkezi, (1997). *Atatürk’ün Söylev ve Demeçleri I-III*, (II. Cilt). Türk Tarih Kurumu Basımevi. Ankara.
- Berktaş, F. (2004). *Kadınların İnsan Haklarının Gelişimi ve Türkiye. Sivil Toplum ve Demokrasi Konferans Yazıları*. Sivil Toplum Kuruluşları Eğitim ve Araştırma Birimi. 7(1). Bilgi Üniversitesi.
- ÇSGB, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, (2016a). *Uluslararası Yetişkin Becerilerinin Ölçülmesi Programı Kapsamında Ülkemizde Yürütülen Çalışmalar ve Sonuçları*. <http://www.ikg.gov.tr/piaac/>, Erişim Tarihi: 06.10.2021
- ÇSGB, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, (2016b). *Beceriler Önemlidir: Yetişkin Becerileri Araştırmasının Kapsamlı Sonuçları*. <https://www.oecd.org/skills/piaac/Skills-Matter-Turkey-Turkish-version.pdf>, Erişim Tarihi: 06.10.2021

- Elüstü, A. (2007). *Yetişkinlerin Eğitim İhtiyaçları ve Halk Eğitimi ile İlgili Farkındalık Düzeylerinin Belirlenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı Halk Eğitimi Bilim Dalı. İstanbul.
- Esen, Y. ve Bağlı M. T. (2002). İlköğretim Ders Kitaplarındaki Kadın ve Erkek Resimlerine İlişkin Bir İnceleme. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 35(1-2), 143-154.
- Gencer, T. E. ve Kelebek, G. (2015). *Okul Sosyal Hizmet Perspektifinden Eğitim Sisteminin Eleştirel Bir Analizi: Eğitim Sorunları ve Eğitimde Fırsat Eşitsizliği*, Sosyal Hizmet Sempozyumu, Manisa. Tam Metin Bildiriler Kitabı.
- Gökçe, N. ve Yıldız, A. (2018). Türkiye’de Okuma-Yazma Bilmeyen Kadınlar ve Okuma-Yazma Kurslarına Katılmama Nedenleri: “Ne Edeyim Okumayı, Hayatım mı Değişecek?”. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(6), 2151-2161.
- Grummell, B. (2007). The ‘Second Chance’ Myth: Equality of Opportunity in Irish Adult Education Policies. *British Journal of Educational Studies*, 55(2), 182-201.
- Gümüşoğlu, F. (2008). Ders Kitaplarında Toplumsal Cinsiyet. *Toplum ve Demokrasi Dergisi*, 2(4), 39-50.
- HBÖGM, Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü, (2020). *İzleme ve Değerlendirme Raporu*. http://hbogm.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2021_05/08201728_RAPOR-05.05.2021.pdf, Erişim Tarihi: 18.10. 2021.
- Kandemir, O. ve Kaya, F. (2010). Gelir Dağılımının Yüksek Öğrenimde Fırsat Eşitliğine Etkisi: Türkiye’de Özel Üniversite Gerçeği. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 18(2). 557-566.
- Kirsch, I. S. (2001). *The International Adult Literacy Survey (IALS): Understanding What Was Measured*. ETS Research Report Series, 2001(2), i-61.
- Komşu, U. C. ve Uysal, M. (2021). *Örgün Eğitimde ve Yetişkin Eğitiminde Terk Sorunu*, *Eğitim ve Bilim 2021* A. K. Namlı (Ed). Efe Akademi Yayınları. İstanbul.
- Lindeman, E. C. (1970). *The Meaning of Adult Education*, New Republic. Newyork.
- OECD, (2013). *The Survey of Adult Skills: Reader’s Companion*. OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264204027-en>, Erişim Tarihi: 5.10.2021.
- Okçabol, R. (2001). *Eğitim Hakkı: Gerçekleşmeyen Bir İlke*, Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, İstanbul.
- Özaydınlık, K. (2014). Toplumsal Cinsiyet Temelinde Türkiye’de Kadın ve Eğitim. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, (33), 93-112.

- Sarıtaş, S. (2018). *Toplumsal Cinsiyet ve Eğitim*. Toplumsal Cinsiyet Sosyolojisi D. Şenol, H. Eylem Kaya (Ed). 1. Baskı. Lisans Yayıncılık. İstanbul.
- Sayılan, F. (2012). *Toplumsal Cinsiyet ve Eğitim*. Toplumsal Cinsiyet ve Eğitim: Olanaklar ve Sınırlar, F. Sayılan (Ed). 1. Baskı, Dipnot Yayınları. Ankara.
- Sayılan, F. ve Özkazanç, A. (2009). İktidar ve Direniş Bağlamında Toplumsal Cinsiyet: Bir Okul Etnografisi. *Toplum ve Bilim*, 114, 51-73.
- Stromquist, N. P. (2012). Kadınların Güçlendirilmesinde Eğitimin Rolü, Toplumsal Cinsiyet ve Eğitim: Olanaklar ve Sınırlar (Ed: F. Sayılan). *Dipnot Yayınları*. Ankara. 185-210.
- Şentürk, İ. (2008). Pierre Bourdeiu'nun Neoliberalizm Eleştirisi Bağlamında Eğitim Yöntemini Yeniden Düşünmek, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 73-98.
- Taşçı, D., Aydın, C. H., Kumtepe, E. G., Kumtepe, A. T., Kıyık, G. K. ve Dinçer, G. D. (2015). Eskişehir'de Yaşam Boyu Öğrenme Başlığı Altında Yetişkin Eğitiminin Analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (34), 197-211.
- TEDMEM (2016). *OECD Yetişkin Becerileri Araştırması: Türkiye ile İlgili Sonuçlar*. Türk Eğitim Derneği. Ankara. <https://tedmem.org/yayin/oezd-yetiskin-becerileri-arastirmasi-turkiye-ile-iligili-sonuclar>, Erişim Tarihi: 06.10.2021.
- Tezcan, M. (1996), *Eğitim Sosyolojisi*, 10. Baskı, Feryal Matbaası, Ankara.
- Tezer Asan, H. (2010). Ders Kitaplarında Cinsiyetçilik ve Öğretmenlerin Cinsiyetçilik Algılarının Saptanması. *Fe Dergi*, 2, 65-74.
- Tunç, A. İ. (2009). Kız Çocuklarının Okula Gitmeme Nedenleri Van İli Örneği. *Yüzyüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 237-269.
- Yavuz, M., Özkaral, T. ve Yıldız, D. (2016). Kız Öğrencilerin Örgün Eğitimlerini Sürdürmeme Nedenleri. *21. Yüzyılda Eğitim Ve Toplum Eğitim Bilimleri ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(14), 261-273.
- Yıldız, A., Dindar, H., Ünlü, D., Gökçe, N., Kocakurt, Ö. ve Kırıl, Ö., (2018). Yetişkin Yeterliliklerinin Uluslararası Değerlendirilmesi Programı (PIAAC) Sonuçları Bağlamında Türkiye'de Temel Eğitim Sorunlarını Yeniden Düşünmek. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 51(2), 209-237.

Siyasette Bir Cumhuriyet Kadını: Fatma Feriha Öztürk

A Republican Woman in Politics: Fatma Feriha Öztürk

Meltem Darter Öztan* Serap Şahinoğlu**

Öz: Fatma Feriha Öztürk 1928 yılında Keçiören’de doğmuştur. 1961 yılında Keçiören muhtarı iken aynı yıl Türk Kadınlar Birliği Genel Başkanı olmuştur. 1961 ve 1964 yılında CHP’den milletvekili aday adayı olmuş ancak aday olamamıştır. 1973 yılında ise tabanın desteği ile birinci sıradan aday gösterilerek milletvekili seçilmiştir. Milletvekilliği döneminde kadın sorunlarına odaklanmış, genelev kadınlarının çalışma koşullarının düzenlenmesi, sağlık olanaklarının iyileştirilmesi ve sigortasız olmalarından doğan mağduriyetlerinin giderilmesi çalışmalarının merkezinde bulunmuştur. Bu çalışma Fatma Feriha Öztürk’le yüz yüze yapılan görüşmelerle hazırlanan yaşam öyküsünden hareketle, onun siyasi yaşamdaki rolünü, toplumsal cinsiyet temelli ele almayı amaçlamıştır.

Anahtar Kavramlar: Fatma Feriha Öztürk, Kadın Siyasetçi, Genelev Kadınları, Feminist Hareket, Kamu Politikası.

Abstract: Fatma Feriha Öztürk was born in Keçiören in 1928. She became president of Turkish Women's Union in 1961 while she was the chief of Keçiören district. In 1961 and 1964, she was nominated as parliamentary candidate but was not able to run due to political intrigues. In the election of 1973, she was elected as a member of parliament for CHP from Ankara. During her membership, her work concerning the enactment of a law for the pension rights for sex workers’ in brothels had been fruitful and helped those workers acquire their rights. This paper aims to discuss Öztürk’s role in politics from a gender perspective with reference her life story conducted through face to face interviews with her

Keywords: Fatma Feriha Öztürk, Female Politician, Brothel Women, Feminist Movement, Public Policy.

Summary

In a biographical form, this study aims to present the life of Fatma Feriha Öztürk as a feminist. She served at different levels of political structures. During her service as an MP she proposed a motion to improve the status of brothel women by giving them the rights of social benefits. This study is important in illustrating her struggle which became a benchmark in

* Prof. Dr., Ankara Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi, Endodonti Anabilim Dalı, mdartar18@gmail.com,

ORCID: 0000-0002-1693-0355.

** Prof. Dr., Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi, Tıp Tarihi ve Etik Anabilim Dalı, serapsahinoglu@yahoo.co.uk,

ORCID: 0000-0003-4462-2402.

feminist history. An oral history method used through long-term and repetitive interviews that were carried out with Fatma Feriha Öztürk. Related documents and photographs were collected and analysed in order to close the gaps on the topics that were expressed during the interviews.

Fatma Feriha Öztürk was born in Keçiören in 1928. Her teacher Muammer Falay, who had been her neighbour and family friend since childhood, was the President of Keçiören Women's Branch of CHP (Republican People's Party). Falay's birthday gift for Öztürk when she turned 18 opened a new path for her that affected her whole life. Falay added Öztürk's name to the roster of CHP. Accordingly her political life officially began. After Falay, Öztürk became the President of Keçiören Women's Branch of CHP in January 1960 and the chief of Keçiören district in 1961 and subsequently the president of the Turkish Women's Union. Her sincerity, valuable services and hard work paid off. She was elected as a member of Altındağ Municipality Council in the local elections on November 17th, 1963. During the same period, she became the manager of the Altındağ Red Crescent Society.

Due to her honesty, determination and hard work she progressed in the political arena. She declared herself as a parliamentary candidate in 1961 and 1964, but was not nominated by her Party. In her own opinion she was discriminated against because she was a woman. Even in her hometown Kalecik, where the probability of winning the election would be very high for her, she was prevented through political lobbying games. Even today, it is not easy for a woman to take active part in politics. However, Fatma Feriha Öztürk by coming from grassroots, was elected as a member of parliament in 1973. Her main purpose was not seeking material gains but to serve the public. Therefore, she constantly used all her opportunities to improve herself as well as focusing on women's problems.

During her parliamentary service, by responding to the grievances of brothel women regarding their pension and insurance rights, she became the main person who proposed an amendment to the parliament to regulate the general working conditions of brothel women. Those amendments did improve brothel women's health benefits and social conditions.

By showing the courage to fight for it, she carried the general problems of brothel women, such as health and safety issues, into the political arena, when it was a taboo issue not only for many politicians but even for many women.

Significant changes were made in the Social Security Act. Such that brothel women were assured to get insurance and to be entitled to get a retirement pension plan. Thus, Öztürk's struggle became an important achievement in the history of women's rights.

Bir kadının kendisini toplumda kabul ettirebilmesi için evlenmenin önemli olduğu düşünülür. Neden bir kadın kendi gücüyle kendini kabul ettirmesin!
Z. İpşiroğlu (2014:89)

Giriş

Kadınların siyasete katılmaya yönelik çabaları, oy hakkı hareketi (sufraj) ile on dokuzuncu yüzyılda İngiltere, Almanya ve Amerika’da başlamıştır. Oy hakkı için oluşturulan eylemler, kadınların siyasal yaşamda var oluşlarının önünü açmıştır. Bu hareketin Türkiye’deki yansımaları genç Cumhuriyet ve Mustafa Kemal Atatürk ile birlikte ivme kazanmıştır.

Kadınların seçme ve seçilme hakkı konusu 1923’te meclisin gündemine gelmesine rağmen bu hakkın verilmesi daha uzun bir zaman almıştır. Kadınlar anayasada yapılan değişikliklerle 20 Mart 1930’da belediye seçimlerinde, 5 Aralık 1934’de milletvekili seçimlerinde seçme ve seçilme hakkını elde etmişlerdir. Böylece Türkiye, kadınların seçme ve seçilme hakkını elde ettiği dünyadaki ilk ülkelerden birisi olmuştur. Kuşkusuz bu görünür sonuç rastlantısal değildir. Kadınlar bu hedefe ulaşmak için yüzyılım başından bu yana çabalamışlardır. Türkiye’de kadınlar seslerini duyurabilmek ve görünür olabilmek için dernekler kurarak, yayınlar çıkararak ya da kitlesel eylemlerde bulunarak örgütlenmişlerdir. Sabiha Sertel’in 1919’da *Büyük Mecmua* ’da çıkan kadınlar için intihap hakkı (seçme-seçilme) savunması bunun bir örneğidir. Bunlar da yetmemiş, 16 Haziran 1923’te Nezihe Muhiddin önderliğinde kadının siyasal haklarını savunmak amacıyla *Kadınlar Halk Fırkası* adlı bir parti kurulmuştur (Kırkpınar, 1998; Toska, 1998).

Türkiye’de 16 Haziran 1923’te kurulan *Kadınlar Halk Fırkası* siyasi bir örgüttür. Fırkanın kurucusu ve başkanı Nezihe Muhiddin (1889-1958) kadın hareketinde geçmişten gelen bir birikime sahipti. Meşrutiyet sonrası İttihat ve Terakki’nin açtığı okullarda öğretmenlik ve müdürlük yaptı, Esirgeme, Teali-i Nisvan, Donanma cemiyetlerinde çalışıp konferanslar verdi. Fırka’nın genel sekreteri Şukufe Nihal (1896-1973) ise, 1909’da daha 15 yaşlarında bir öğrenci iken kız okullarındaki eğitimin yetersizliğinden şikâyet eden “İnas Mektepleri Hakkında” adlı yazısı ile dikkatleri çekti (Çalışkan ve Özey, 2016). Her iki kadın da Batılı kadınların siyasal haklarını almak için verdikleri mücadeleyi yakından izlemiş ve benimsemişlerdi (Çakır, 1996).

Ancak *Kadınlar Halk Fırkası* gerekli yasal izini alamadığından kapatıldı, parti programında bulunan “kadınların seçme ve seçilme hakkı ile ilgili talepler” çıkarılarak parti, *Türk Kadınlar Birliği* (1924) adında bir derneğe dönüştürüldü (Durakbaşa, 1998). Dernek başkanı Nezihe Muhiddin 1927 seçimlerinde dernek tarafından milletvekilliğine aday gösterilmiş, ancak tek parti rejiminin desteğini alamadığından seçilememişti (Çakır, 1997). Derneğin, uluslararası ilişkilerinin

sonucu olarak İstanbul'da çeşitli ülkelerden kadın aktivistlerin katıldığı 12. Uluslararası Kadın Birliği Kongresi'ni (1935) toplaması, uzun ömürlü olmasına yetmedi. Aynı yıl Cumhuriyet Halk Partisi'nden gelen uyarı üzerine, tek parti yönetiminin Türk kadınına seçme ve seçilme haklarını tanıdığı gerekçesiyle Türk Kadınlar Birliği kendisini feshetti.

İlk defa 8 Şubat 1935'te meclis seçimlerine katılan kadınlar o dönem için oldukça yüksek bir oranla (%4,5) 18 milletvekili ile mecliste yer almış olsalar da siyasi etkinlikleri sınırlı kaldı. Tekeli'nin, Türk parlamentosundaki 1935-1977 dönemi kadın milletvekilleri ile yaptığı anket çalışmasının bulgularına göre tek partili dönemde kendini "önder" olarak tanımlayan bir kadın milletvekili yoktur. Kadın milletvekilleri çoğunlukla (%82) izleyici, küçük bir kısım da (%9) faal üye olduklarını düşünmektedir. Sadece 1960 sonrası milletvekilleri arasında kendilerini önder olarak düşünen küçük bir grup (%14,3) vardır. Kadınlar mecliste "kadın temsilci" olmanın bilinciyle yer almazlar. Çoğunluk kendisini ulusun temsilcisi (%77,5), yerel politikacı (%10), parti temsilcisi (%7,5) olarak görürken, ancak %5'i kendini kadın temsilci olarak görmektedir (Tekeli, 1982).

Türkiye'de Cumhuriyetle birlikte kadın sorununa önem verilmiş olmasına rağmen konu ancak 1970 sonları ve 1980'li yıllarda feminist bir boyut kazanmaya başlamıştır (Arat, 1998). Feminist hareket kadınların milletvekili olarak siyasetteki yerlerinin güçlenmesine, kadın milletvekili sayısının artmasına ve kadınların daha görünür olmasına destek sağlamıştır. Bu makale bu sürecin tanıklarından biri olan, 1960'larda muhtarlık görevi ile aktif siyasi yaşama tabandan başlayan ve siyasetin çeşitli basamaklarında yer alıp 1973'te milletvekili seçilen Fatma Feriha Öztürk'ün (Görsel 1) yaşamına odaklanmaktadır.



Görsel 1. Fatma Feriha Öztürk

Kadının kamusal alanda görünür olması yirminci yüzyıl ile birlikte hız kazanmaya başlamıştır. Siyasi süreçlerde kadının varlığı, seçme ve seçilme hakkı gibi temel hakların elde edilmesi ve sonuçta kadınların milletvekili seçilmesi bu sürecin olumlu kazanımları arasındadır. Fatma Feriha Öztürk bir kadın milletvekili olarak genelevde çalışan kadınların iş güvenliği, çalışma ve sağlık koşullarının düzenlenmesi için mücadele vererek Meclis'te bu konuya dikkat çekmiştir. Meclis tutanaklarında onun bu konudaki girişimlerine dair herhangi bir yazılı belgeye rastlamasak da kendisinin aktardığı çabalarının etkisiyle 1964 yılında yürürlüğe giren “Sosyal Sigortalar Kanunu” gözden geçirilerek yeniden düzenlenmiştir. Böylece genelevde çalışan kadınların sigortalı olması ve emeklilik hakkı kazanmaları yasal bir zemine ulaşmıştır. Bu makale, Fatma Feriha Öztürk'le yapılan sözlü tarih çalışmasına, kendisinin aktarımlarına, belgelerin incelenmesine dayanmakta, Öztürk'ün aktif siyasi yaşamındaki deneyimlerinin, destek bekleyen kadın grupları, genelevde çalışan kadınlar üzerindeki etkilerini ele almaktadır.

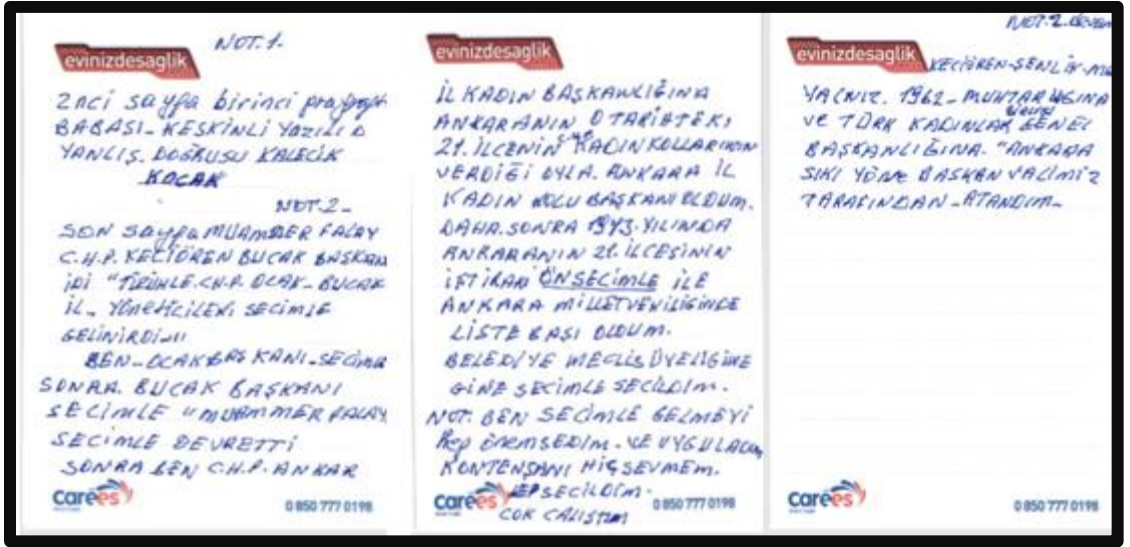
Yöntem

Çalışmamızda nitel bir araştırma yöntemi olan sözlü tarih çalışmasından faydalanılmıştır. Sözlü tarih çalışması, “belli bir döneme ait kişisel tanıklık ve/veya yaşantıların, belleğin derinliklerinden çıkarılıp değerlendirilmesi yoluyla toplumların tarihlerinin inşasına katkıda bulunan bir araştırma yöntemi olarak tanımlanır (Thompson, 1999). Bu yöntemde, tarihsel önemi olan olayları görme şansını yakalamış insanların anıları gelecek nesillere aktarılacak amacıyla kayıt altına alınır, bunun için sistematik görüşmeler yapılır (Avcı Akçalı ve Aslan 2012). Çalışmamızda da Fatma Feriha Öztürk ile yüz yüze görüşmelerden elde edilen bilgiler ve kişisel arşivinde bulunan belge ve fotoğraflar araştırmanın birincil veri kaynaklarını oluşturdu. Araştırmanın amaç ve kapsamı doğrultusunda taranan kitap, makale, döneme ait yasal dokümanlar ve kütüphane arşivlerinden elde edilenler ise ikincil veri kaynakları olarak kullanıldı.

Çalışma için öncelikle Ankara'da yaşayan Fatma Feriha Öztürk ile Mart-Eylül 2019 döneminde aralıklarla evinde görüşülerek (Karyağdı Sokak, Yonca Apartmanı) kendisinin biyografisi oluşturuldu. Görüşme öncesinde ses kayıt cihazı kullanılması, bize anlatacağı yaşam öyküsü ve uygun gördüğü fotoğraf ve belgelerin yayınlanabilmesi için sözlü izni alındı.

Sözlü tarih çalışması ile ilgili olarak yapılacak bir başka saptama; belirli bir olayın gerçekleştiği dönemde yaşamış, bir olaya dolaylı ya da doğrudan iştirak etmiş ya da bir olaya şahitlik eden insanların tecrübelerini doğrudan dinleme şansı bulmuş kişilerden veri elde etme yöntemi olduğu, bu bakımdan rastgele bir görüşme değil, belirli bir konunun planlı, yapılandırılmış ya da yarı-yapılandırılmış dolaysız olarak işlenmesine dayandığıdır (Avcı Akçalı ve Aslan 2012).

Bu perspektiften hareketle Fatma Feriha Öztürk'ün görüşmeler boyunca yaşam öyküsünü kendisi için önemli, aklında kalmış anıları aracılığıyla aktarması, bunları serbest çağrışımlar yoluyla paylaşması sağlandı. Olağan konuşması kesilmeden ses kaydı alındı ve daha sonra bu kayıtlar çözümlendi. Olay sıralaması ve konu bütünselliği açısından doldurulması gereken boşluklar tekrarlayan görüşmelerle tamamlandı. Bu sırada 91 yaşında olduğundan konuşmanın sürekliliğini sağlayabilmek ve dikkatini dağıtmamak için yarı yapılandırılmış sorular görüşmede kullanılmadı. Görüşme metni daha sonra kendisi tarafından okunarak gerekli düzeltmeler yapıldı, bazı notlar kendi el yazısı (Görsel 2) ile tarafımıza aktarıldı.



Görsel 2. Görüşme Metnini Okuduktan Sonra Kendi El Yazısı ile Aldığı Notlar.

Hazırlanan araştırma metninin, 10-13 Ekim 2019 tarihinde Doğu Akdeniz Üniversitesi Kadın Araştırmaları ve Eğitimi Merkezi (DAÜ-KAEM) tarafından organize edilen 7. Uluslararası Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Konferansı'nda sunumu, akademik çevrelerde ilgiyle karşılandı. Ardından Bilkent Üniversitesi öğrencileri tarafından seçmeli Tarih Dersi projesi kapsamında Fatma Feriha Öztürk ile yaşamı hakkında röportaj yapıldı. Bu makale kapsamında iki çalışma karşılaştırılıp, eksik alanlar tamamlandı.

Elde edilen bilgiler doğrultusunda daha derinlemesine aydınlatılması gereken konular saptanıp alanyazın taraması yapıldı. Çocukluğunun geçtiği ve siyasi yaşamının başlangıç yeri olan Keçiören (Ankara) hayatında önemli bir mekân olduğu için günümüzde orada hizmet veren VEKAM (Vehbi Koç Ankara Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi) arşivleri taranarak o döneme ait bazı mekânsal ve tarihsel bilgilere ulaşıldı.

Feminist tarih yazımı metodolojisi kadınların görünür kılınmasının önemine, belgelerin bu gözle yeniden incelenmesine dikkat çeker (Davaz Mardin, 2002). Bu metodolojiye göre kayıt altına alınmış olan belgelerin sınırlı olduğu da gözden kaçmamalıdır. Nitekim çalışmamız kapsamında Fatma Feriha Öztürk'ün beyan ettiği, genelevde çalışan kadınlar için yapmış olduğu

girişimlerin izlerinin bulunabilmesine yönelik TBMM Kütüphanesi arşiv belgeleri tarandı. Ancak meclis tutanaklarında bunun kayıt altına alınmasını sağlayan yazılı bir belgeye ulaşılamadı.

Öz Olarak Yaşamı

Ankara, Keçiören’de 1928 yılında Şakir ve Necibe Hatice Öztürk’ün altıncı çocuğu (Görsel 3) olarak Şenlik Mahallesi Sevimli Sokak 11 numaralı evde dünyaya gelir. Evleri Keçiören’in eski iki katlı, geniş bahçeli evlerindedir. Keçiören o zamanlar üst düzey bürokratların yaşadığı bir yerdir. Komşuluk ilişkilerinin oldukça önemli olduğu bu evde Keçiören’in tanınmış pek çok siyasi siması ağırlanmıştır: Recep Peker, Cevat Abbas, Fahri Korutürk, Van mebusu Hakkı Bey gibi.



Görsel 3. Annesi ve kardeşleri ile birlikte

Keçiören İlkokulu’nda başlayan Trabzon’da devam eden okul hayatını Ankara Kız Lisesi’nde tamamlar. Liseden sonra annesinin hastalığı nedeniyle yükseköğretime devam etme şansı olmaz. Kendi ifadesiyle: *“Ya okul ya annen dediler, annemi tercih ettim. Hatırlayabildiğim kadarıyla o dönemde Ankara Üniversitesi’nin bir bölümüne kayıt yaptırdığım halde devam edemedim. Sonra kendi kendimi yetiştirmeye çalıştım.”*

Çocukluğundan itibaren komşuları ve aynı zamanda aile dostu olan öğretmen Muammer Falay gelecekteki rol modeli olur. Muammer Hanım’a o kadar hayrandır ki küçük yaşlarından itibaren *“Ben de onun gibi olacağım”* demiştir. Aslında bu karşılıklı bir sevgi ve takdirdir. Muammer Hanım da Feriha’yı akıllı, özgüvenli, cesur bulmakta aynı zamanda Cumhuriyet’in ülkesüne uygun genç bir kadın modeli olarak görmektedir. Muammer Falay, öğretmen kimliğinin yanı sıra CHP Keçiören Kadın Kolları Başkanıdır. Neredeyse her gittiği ev, mahalle, köy gibi saha ziyaretlerine Fatma Feriha Öztürk’ü de yanında götürür. Onun çocukluktan gençlik dönemine kadar yetişmesine, yaşamını kamusal alanda aktif bir birey olarak sürdürmesine büyük katkı sağlar.

Siyasi Hayatının Basamakları

Fatma Feriha Öztürk'ün siyasi hayatı resmi olarak Muammer Falay'ın yönlendirmesiyle 18 yaşında CHP'ye kayıt olarak başlar (1946). Neden CHP diye sorulduğunda verdiği yanıt: “Atatürkçü bir aileydik, hem de kişiliğim CHP'ye uygundu” olur.

O dönemde partinin çalışma yapılanması küçük gruplardan büyüğe doğruyd ve en küçük birim olan mahalle, ocak olarak adlandırılırken; bucak ilçeyi temsil ediyordu. F. Feriha Öztürk, partili olmaya politikaya başlamanın en alt basamağı kabul edilebilecek mahalle çalışmalarıyla başlamıştır. Önce ocak, sonra bucak ve daha sonra da Ankara İl Kadın Kolu Başkanı olmuştur ve başkanlığı döneminde 27 Mayıs 1960 ihtilali sonrasında 1961 yılında dönemin Ankara Valisi İhsan Orgun Paşa tarafından Keçiören Muhtarı olarak atanmıştır.

“Ben ocak ve daha sonra bucak başkanı oldum, hem de kısa zamanda. Ocak ve bucak başkanırken, bir parti binamız vardı, sobamız vardı. O sobada kışın kestane kavrulur, çay pişerdi, gelen giden eksik olmazdı. Parti çalışmalarını öğrendiğim için köylerde lider kadın bulup, onlar üzerinden ahaliye ulaşırdım. Çeşme başları vardı o zamanlar, çeşme başında şöyle bir bakar, kim akıllıysa onu seçerdim. Seçtiğim kadına anlatır ve onu motive ederdim. Böylece partinin dağıtmak istediği belgeleri, vermek istediğimiz mesajı onun aracılığıyla verirdik. Bu toplantılarda çok başarılıydım. Sonra il kadın kolu başkanı oldum. İl kadın kolu başkanlığı dönemimde aynı zamanda muhtar oldum. Herhalde ikisi birbirini tamamladı.”

Muhtarlık döneminde hizmetleri, çalışkanlığı, kurduğu güzel insani ilişkiler nedeniyle bölgesinde hem tanınmış hem de çok sevilmiştir. Keçiören halkı 17 Kasım 1963 yerel seçimlerinde F. Feriha Öztürk'ü Altındağ Belediye Meclis üyeliğine (Görsel 4) seçmiştir. Diğer parti seçmenlerinden de oy alarak iki dönem belediye meclis üyeliğini sürdürmüştür. Aynı dönemde Altındağ Kızılay Cemiyeti'nin yöneticisi olur. Bu süreçte eski bakanlardan Seyfi Oktay, eski milletvekili Kemal Ataman ile birlikte çalışır.



Görsel 4. Altındağ Belediye Meclis Üyeliği Belgesi

F. Feriha Öztürk için belediyeçilik anlayışı kendi deyişiyile halk için var olmak ve halkla bütünleşmekti. O günlere dair anılarını şöyle aktarır:

“Tamamen halkla beraberdim. Oradaki samimiyet çok candandı. Feriha Abla gelmiş derlerdi. Evvela siz samimi olacaksınız gittiğiniz yerde. Mesela, bakkaldan küçük kese kâğıtlarında peynir, zeytin alıp gelirler, yıkama falan yok, hemen orada açıp ekmeği de kırar yerdik. Oturur beraber çay içerdik. Onlarla beraber olabilmek, işte temeli bu. Yani o beraberliği orada yakalamak... Onu yakaladığınız zaman iş bitmiştir zaten.”

Çalışma ilkesi onun ifadesiyle, temelde halkın problemlerini anlamak, bunlara çözüm odaklı yaklaşmak olduğundan, insanlarla birebir temasa geçmiş, onların yaşamlarına dokunmuştur. F. Feriha Öztürk’ü tanıdığımızda, günümüzde iş yaşamında insanların profesyonelleşme süreçlerinde eğitim alarak edindikleri iletişim becerilerinin, topluma ve sosyal olaylara duyarlılığın, onun karakterinin doğal bir parçası olduğunu açıkça gözlemledik. O, toplumun yararını göz önünde bulundurup gerektiğinde kendi çıkarlarından vaz geçebiliyordu. Altındağ’da kendi dükkânının da olduğu bir yerde ana cadde açılması için belediyeye 24 kez önerge vermiş, emek verdiği dükkânının yıkılması ile sonuçlansa bile yolun açılmasını sağlamıştır. Belediye meclis üyesi olarak greyderin başında kendisi durmuştur. Bu davranışı ile dürüstlüğü ilke edinen, görevi sırasında menfaati doğrultusunda hareket etmek yerine toplum yararını önceleyen bir siyasetçi portresi oluşturuyordu.

Türk Kadınlar Birliği

Türk Kadınlar Birliği Genel Başkanı Demokrat Parti milletvekili Nazlı Tlabar’ın yerine 1961 yılında Fatma Feriha Öztürk’e Türk Kadınlar Birliği Genel Başkanlığı teklif edilir. Kendine her zaman rol model olarak güçlü ve özgüvenli kadınları seçen F. Feriha Öztürk, niteliklerine hayran olduğu Nazlı Tlabar’ın yerine valinin göreve kendisini önermesi karşısında bu teklifi kabul etmekte güçlük çeker. Görev bilinci, çalışma azmi ve idealist yapısı ile Türk Kadınlar Birliği genel başkanlığını (Görsel 5) bir süre yürütür. Bu görevi sırasında Türk Kadınlar Birliği’nin şehirlerdeki temsilcilerinin alışlageldiği gibi vali eşleri olması yerine oranın yerlisi, önder kadınların olması yönünde uğraş vermiştir. Sivas, Kayseri, Kars gibi birçok ilde bunu hayata geçirmiştir. Fatma Feriha Öztürk Kadınlar Birliği’nde çalışma ilkesini şöyle tanımlamıştır:

Türk Kadınlar Birliği Genel Başkanı olduğum zaman partiler üstü çalıştım. Orada hiç parti lafı yok, parti bayrağı yok, parti konuşması yok. Örgütlenen kadınların görevleri de politika yapmak değil. Tamamen kadın çalışması var. Kadın çalışması olduğu için Türk Kadınlar Birliği’nin görevi oradaki parti ayrımı yapmadan tüm kadınlara ulaşmak ve onlarla temas etmek. Ben Türk Kadınlar Birliği’nde işte böyle çalıştım.

Türk Kadınlar Birliği için 1961 ve 1962 yılları F. Feriha Öztürk ve Günseli Özkaya arasında iktidar mücadelesi ile geçmiştir (Dişbudak, 2008: 88). Daha sonra yapılan seçimle 22 Mayıs 1962’de Günseli Özkaya görevi devralmıştır.



Görsel 5. Türk Kadınlar Birliği Başkanı Olduğu Dönemde Anıtkabir Ziyareti.

Türk Kadınlar Birliği başkanlığı döneminde Anadolu’ya Doğu Ekspres’i ile yapacakları bir gezi öncesinde CHP İl Başkanı İbrahim Saffet Omay (devlet eski bakanı) Ankara Garı’na gelerek Fatma Feriha Öztürk’e şahsında milletvekili adaylığına başvurduğunu ve bu geziyi iptal etmesini söyler. Türk Kadınlar Birliği, o dönemde Meclis’e 12 kadın milletvekili göndermiştir. İşte bunlardan biri de 1961 yılında Türk Kadınlar Birliği başkanlığına getirilen, 1973 yılında CHP milletvekili olarak seçilen Fatma Feriha Öztürk’tür.

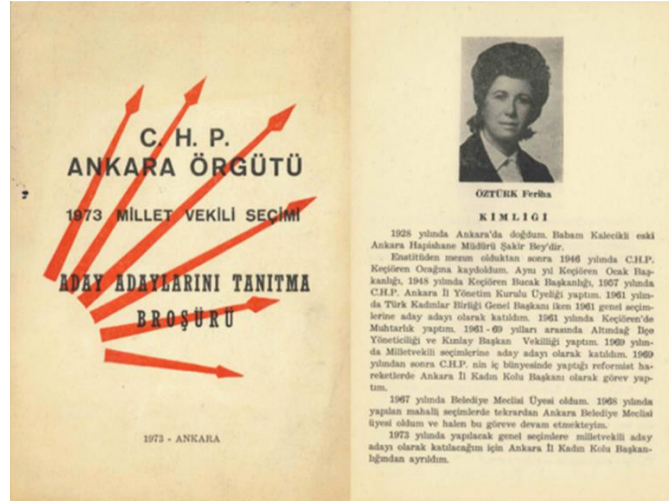
Milletvekilliği Dönemi

F. Feriha Öztürk 1961 ve 1964’de milletvekili aday adayı olmuştur, ancak aday olamamıştır. Bu dönemde CHP içerisinde Altındağ Belediye Meclisi üyeliği ve Altındağ Kızılay Şube yöneticiliği yapmaktadır. Tüm Altındağ ve mahallelerini karış karış dolaşır, bu bölgeyi avucunun içi gibi bilir, burada oldukça yoğun seçim çalışmaları yapar. Çoğu zaman sabaha karşı saat ikide, üçte eve gelir, annesi mutlaka onun gelmesini bekler. Seçim çalışmaları sırasında bir gün memleketi olan Kalecik’e gider. Kaleciklier onu gurur içinde karşılarlar. Seçim ekibiyle birlikte halasının doğduğu evde grup toplanır. Konuklara ikram edilmek üzere mutfaktan dolu bir kâse ayranla bir genç önce onun yanına gelir. Ayranı ikram eder, o ise “*ben ev sahibiyim önce misafirlere ikram edin*” der. Herkes aynı tasta içer, en son F. Feriha Öztürk’e gelindiğinde son yudumu da o içer. Olayı anlattığında annesi onun siyasi kariyerini görmezden gelip, bir anne korumacılığı ile “*Evladım bu işten vazgeç, mikrop kapacaksın*” der. O her şeye rağmen siyasi hayattaki yoluna devam eder.

Bu yoğunluk onun özel hayatını da etkiler ve yaşamını evlenmeden bekâr olarak sürdürür. Bu konu sorulduğunda gülerek cevaplamıştır: “Parti içinden, dışından çok evlenmek isteyen oldu ama hiç düşünemedim. Kendi günlük yaşamım bana yetti herhalde, hala da yetiyor.”

60’lı yıllarda başarısızlıkla sonuçlanan milletvekilliği seçimlerinden sonra yılmayıp, sürekli çalışır, eksiklerini tamamlayarak 1973 seçimlerine (Görsel 6) hazırlanır. Milletvekili olma mücadelesini şöyle ifade eder:

Ben 61’de kaybettim. Ama hiç ara vermeden çalıştım. 24 saatin yirmi saati ayaktaydım. Ondan sonra 64’te yeniden aday adayı oldum yine kaybettim. Noksanlarımı tamamlamak için Ankara’nın 21 ilçesinde dolaşmaya başladım ve açığı kapattım. Bu sefer büyük bir başarı elde ederek 1973’te Nallıhan, Gütül, Beypazarı, Çankırı, Altındağ, Yenimahalle’de liste başı oldum. Milletvekili seçimlerinde 1 oy bile çok mühimken, benimle ikinci sıradaki aday arasında yedi yüz küsur oy farkı vardı.



Görsel 6. 1973 Seçimlerine Hazırlık Döneminde Aday Adaylarını Tanıtma Broşürü

CHP’ye 18 yaşında kaydolmakla başlayan siyasi yaşamını her basamakta (Tablo 1) görev alarak sürdürmüş ve sonuçta 1973 yılında 15. Dönem milletvekili olarak TBMM’ye (Görsel 7, 8, 9) girmiştir.

O dönemde milletvekili olmak ne demek! Günümüzdeki gibi değil, yani başkanın emriyle değil tabanın desteğiyle bir yere geliniyor. Ben tabanın emrindeydim her zaman, alnımın teriyle çalışarak, emekle buralara geldim. Adam kayırmacaya, kontenjane hep karşı çıktım, mücadele ettim. Bu nedenle olsa gerek emek benim için çok kutsaldır. Alnımın teriyle çalışan didinen insanlar hele de kadınların hep yanında oldum ve onları desteklerken dostlarımı da onlardan seçtim.”

Tablo 1. Kronolojik Sıra ile Feriha Fatma Öztürk'ün Bulunduğu Görevler

	Feriha Fatma Öztürk'ün siyasi yaşam tarihçesi
1946	CHP Keçiören Ocağına kayıt
1946	CHP Keçiören Ocak Başkanı
1948	CHP Keçiören Bucak Başkanı
1957	CHP İl Yönetim Kurulu Üyesi
1961	Keçiören Muhtarı
1961-1962	Türk Kadınlar Birliği Genel Başkanı
1961-1969	Altındağ İlçe Yöneticiliği ve Kızılay Başkan Vekilliği
1967	Ankara Belediye Meclis Üyesi
1969	CHP Ankara Kadın Kolları Başkanı
1973	TBMM 15. Dönem CHP Milletvekili

**Görsel 7.** TBMM Dönem 4 Milletvekili Kimlik Kartı

Sicil No : 982		HAL TERCÜMESİ (Kısım)	
Millet Meclisi Üyelerine Mahsus	ANKARA	Belli sınıfta bulunup ve kayıtlı bulunduğu	Beşer
Adı ve soyadı	FERİHA ÖZTÜRK	Mevzu bu, seçilen bir kişiyi tanımlar	ANKARA İLÇELİĞİNE BAĞLI DİĞER DİNE Sİ
Birleşme ve birleşme adı	SİYASİ HİZMETLER	İstihlak devrinde ve son maddesi alılabildiği takdirde	
Engellenen yer ve tarih	ANKARA - 1928	Mevzu bu, seçilen bir kişiyi tanımlar ve son maddesi alılabildiği takdirde	
Tahsil	Lise	Evrensel devrinde seçilen kişiyi tanımlar ve son maddesi alılabildiği takdirde	
Diğer dilde			
Din			
Evlilik		Mevzu bu, seçilen bir kişiyi tanımlar	1943
İlk yerleşim		Kayıt tarihi	26.5.1973
İki ve üçüncü		Mevzu bu, seçilen bir kişiyi tanımlar	26.5.1973

HAL TERCÜMESİ (Kısım)

1928 yılında Ankara'da doğum. Lise mezunuyum. 3 yıldır Ankara Belediye Meclisi üyesiyim. Türk Kadınlar Birliği Genel Başkanlığı ve Kızılay Yürütücülüğü yapmaktayım.

1973. Ankara Milletvekiliyim.

26.5.1973

Feriha Öztürk

Görsel 8. Millet Meclisi Üyelerine Hahsus Hal Tercümesi Kağıdı



Görsel 9. Meclis Kürsüsünde TBMM 4. Yasama Dönemi Yemin Töreni

TBMM Kütüphanesi arşivinde bulunan Millet Meclisi Tutanak Dergisi'nden meclis genel kurulunda yapmış olduğu konuşmalara ulaşılmıştır. 27.05.1974 tarihinde Köy İşleri ve Kooperatifler Bakanlığı bütçesi, 24.02.1975 tarihinde Kültür Bakanlığı bütçesi, 20.02.1976 tarihinde Vakıflar Genel Müdürlüğü bütçe kanunu tasarısı görüşmelerinde söz almıştır (www.5.tbmm.gov.tr).

Milletvekilliği Döneminde Genelev Kadınlara Yönelik Çalışmaları

Fatma Feriha Öztürk, milletvekili iken sürekli kendini geliştirmeye çalışıp özellikle kadın sorunlarına (Görsel 10) odaklanmıştır. Kadınlara tek tek hanelerde ulaşmak güç olduğu için kadınların toplu olarak bulunduğu kamusal alanlara ziyaretler yapmıştır.

Kadınlara ahbablık kurup herkesin evinde çay içmişimdir, beş dakika da olsa. Ölü evinde, düğün evinde muhakkak bulunurum. Günümüzde maalesef genel başkanlar seçtiği için üyeler halktan kopuklar. Aynı sebeple meclis de halktan kopuk. Halktan kopuk olmaması için partilerde ön seçim yapılması lazım, yani işin temeli o. Genel başkanlara, parti genel merkezine bağlanıp seçim neticesini beklerseniz tabana yansıyan hiç bir bilginiz olmaz. Ama benim gibi çalışıp, halkla birlik olursanız taban seçer, öyle olmalı. Tayinle gelmemeli kimse, seçimle gelmeli. Seçimle gelmek için de halkla bütünleşmeli.

Her hafta düzenli olarak gittiği Dışkapı'daki Aksu Hamamı kadınları bir arada bulduğu kamusal mekânlardan birisiydi. Hamam, toplumun her kesiminden kadının bir arada olduğu, günlük hayatın konuşulduğu, kimi zaman derin sohbetlerin yapıldığı, zaman zaman kişisel ve toplumsal sorunların tartışıldığı kadınlara özgü bir alandır. Özellikle milletvekili olduktan sonra kadın sorunlarına vakıf olabilmek için hamama yaptığı ziyaretler daha anlamlı bir hale gelmişti. Aksu Hamamında sigortasız çalıştırılan natırlar onun çabasıyla sigortalanarak emekleri görünür kılınmış, güvence altına alınmıştır.



Görsel 10. Kadın Çalışmaları

70’li yıllarda kadın çalışmaları günümüzdeki kadar gündemde değilken bu konuya eğilmiş ve özellikle genelev kadınlarına yönelik çalışmaların merkezinde bulunmuştur. Aksu Hamamına gelen genelev kadınları sorunlarıyla onun dikkatini çekmiştir. Onlarla sohbeti sırasında emeklilik haklarının olmadığını öğrendiğinde bunu çözmek için elinden geleni yapacağını söylemiştir:

Perşembe günleri hamama genelev kadınları geliyordu. Ben de özellikle o gün gidiyordum onlarla sohbet edip, sorunlarını dinlemek için. En çok emeklilik haklarının olmayıp sigortasız çalışmalarından dert yanıyorlardı. Bu konunun takipçisi olacağıma söz verdim.

Milletvekili seçildiği yılın başlarında genelevde çalışan kadınlarla ilgili olarak 19.04.1961’de Resmi Gazete’de yayımlanmış olan “Genel Kadınlar ve Genelevlerin Tabi Olacakları Hükümler ve Fuhuş Yüzünden Bulaşan Zührevi Hastalıklarla Mücadele” başlıklı tüzük 31.1.1973 tarih ve 7/5786 Sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile değiştirilmişti. Tüzükte değişiklik yapılan maddeler; genelev çalışma koşullarının belirlenmesi, denetlenmesi, fuhuş ile ilgili tanımlamalar, genelev kadınlarının muayene, hastalık ve tedavi konularını kapsamaktadır. Bu maddeler sırası ile 6, 15, 25, 32, 36, 39, 40, 52, 54, 55, 75, 93, 96, 125, 126’dır. Ancak kadınların emeklilik hakkını elde etmesi konusu henüz ele alınmamıştı.

Türkiye’de 14 Ekim 1973 tarihinde yapılan seçim sonrasında siyasi sistemin iki ucunda yer alan Cumhuriyet Halk Partisi ve Milli Selamet Partisi tarafından kurulan koalisyon hükümeti, 26 Ocak 1974 ile 17 Kasım 1974 tarihleri arasında görev yapar. İki farklı ideolojinin siyasi arenada bir araya gelerek kurduğu bu hükümetin ortakları sosyal ve ekonomik konularda benzer görüşlere sahiptiler (Eryılmaz, 2019).

Bu dönemde milletvekili olan F. Feriha Öztürk (Görsel 11) genelevde çalışan kadınların emeklilik hakkı konusunda hızla harekete geçerek mecliste kulis faaliyetlerini başlatır. İlk olarak koalisyon ortağı Necmettin Erbakan’ı ziyaret eder, bu konudaki hazırlığını sunup görüşlerini sorar. Erbakan, “*Sorunu güzel dile getirdiniz ve haklı bir savunma yaptınız*” der ve Bülent Ecevit’in bu

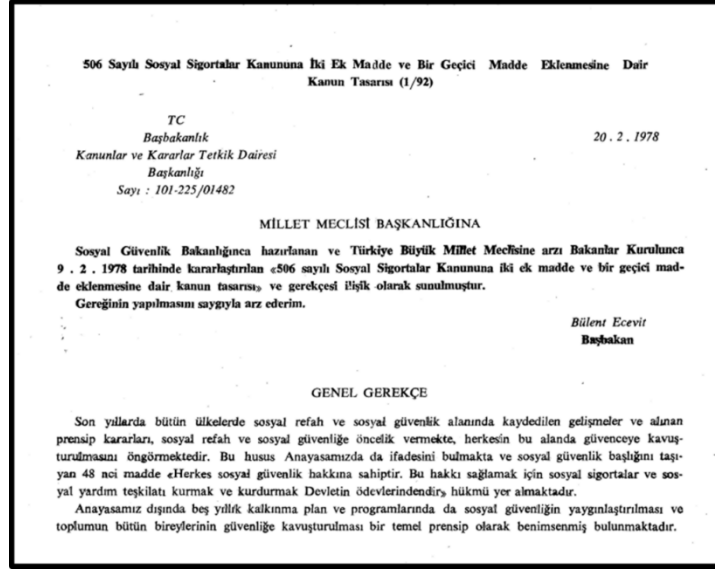
konudaki görüşünü sorar. Farklı bakış açısına sahip iki siyasetçi bu sorun karşısında ortak bir tavır takınır. F. Feriha Öztürk meclisteki milletvekillerine de detaylı bilgiler verir. Meclisteki farklı partilerden kadın milletvekillerinin desteğini almak için onlarla ayrıca toplantılar yapar. Sohbetlerimiz sırasında bu olayı gündeme getirdiğinde diğer milletvekillerinin kendisini mecliste ayakta alkışladıklarını gururla anlatmıştır.



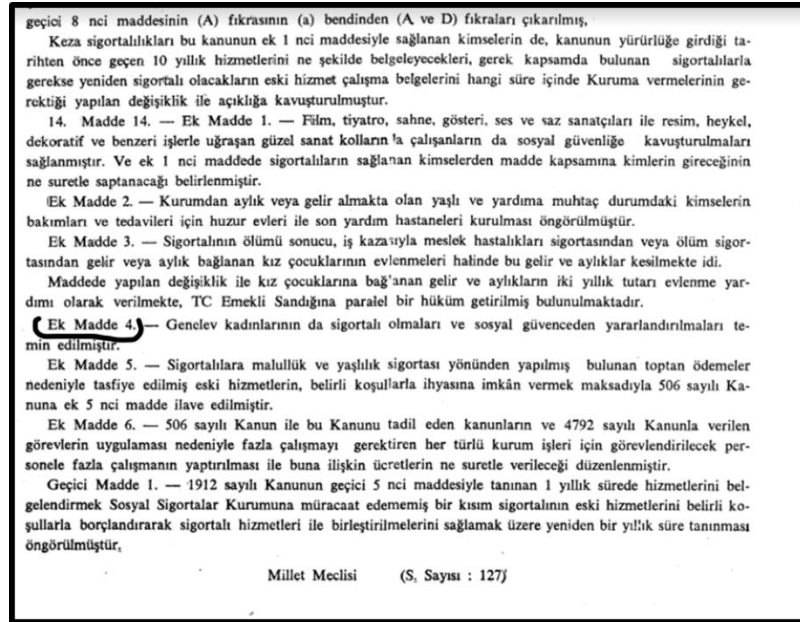
Görsel 11. CHP Genel Başkanı Bülent Ecevit ile Birlikte

Bülent Ecevit'in tekrar başbakan olduğu 05.01.1978 ve 12.11.1979 tarihleri arasında, F. Feriha Öztürk'ün hedefi olan genelev kadınlarının sigortalanması meselesi kanun tasarısı olarak 20.02.1978 tarihinde TBMM'de görüşülür (Görsel: 12 ve 13) ve 17.07.1964 tarihinde kabul edilen 506 sayılı "Sosyal Sigortalar Kanunu"na ek düzenleme yapılarak¹ 29.06.1978 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanır ve kanun yürürlüğe girer.

¹ Ek Madde 13- (29/06/1978-2167/14 mad. ile gelen Ek 4 üncü mad. hükmü olup madde numarası teselsül ettirilmiştir.)1593 sayılı Umumi Hıfzıssıhha Kanununda belirtilen genel kadınlar da bu Kanun hükümlerine tabidirler. Bu kimseleri çalıştıranlar bu Kanuna göre işveren sayılırlar (Sosyal Sigortalar Kanunu).



Görsel 12. 506 sayılı SSK Kanununa İki Ek Madde ve Bir Geçici Madde Eklenmesine Dair Kanun Tasarısı



Görsel 13. Genelev Kadınları ile ilgili Ek Madde 4

22.06.1978 tarihli Millet Meclisi Tutanak Dergisi'nde Başkanvekili M. Şevket Doğan başkanlığında toplanan Millet Meclisinin 162. birleşiminde dört partinin anlaşması sonucunda muhtelif kanun tasarısı ve teklifleri gündemde yer almış, 506 sayılı Sosyal Sigortalar Kanununun bazı madde ve fıkralarının değiştirilmesi ve bu kanuna ek ve geçici maddeler eklenmesine dair kanun tasarıları ve teklifleri görüşülmüştür (Millet Meclisi Tutanak Dergisi, 1978).

Bu görüşmeler sırasında Adalet Partisi Grubu adına söz alan Kütahya milletvekili Ahmet Mahir Ablum, genelev kadınlarını da kapsayan bu kanun tasarısının daha önce parlamentoya sevk edilen ancak çeşitli nedenlerle kanunlaşamayan maddeleri de içerdiğini beyan etmiştir.

“Sayın Başkan, değerli arkadaşlarım;

Bugün görüşmek üzere bulunduğumuz kanun tasarısı, gerek kapsamı itibariyle gerek iyileştirme bakımından sosyal güvenlik tedbirleri hususunda Parlamento’ya Hükümet tarafından sunulmuş bulunan iki ayrı tasarının, evvela Sağlık ve Sosyal İşleri Komisyonunda, bilahare Bütçe Plan Komisyonunda yapılan müzakereleri neticesinde Hükümet tasarılarıyla birlikte bu konularda teklifte bulunulmuş olan parlamenter arkadaşlarımızın tekliflerini de meczetmek suretiyle tek metin haline getirilmiş bulunmaktadır.

Bugün görüşeceğimiz tasarı evvelce Demirel Hükümetleri tarafından Parlamento’ya sevk edilerek çeşitli nedenlerle kanunlaşma şansına erişememiş tasarı ve metinlerin aşağı yukarı aynısı bulunmaktadır.” (Millet Meclisi Tutanak Dergisi, 1978).

TBMM Kütüphane ve Arşiv Hizmetleri Başkanlığı Mikrofilm Bölümünde dönemin gazeteleri incelenmiş ve 20.07.1978 tarihli Cumhuriyet gazetesinde 506 sayılı Sosyal Sigortalar Yasası’ndaki bazı madde değişikliklerinin yer aldığı Yılmaz Şipal’in (1978: 7) haberine ulaşılmıştır. “Hayat Kadınları” alt başlığı ile verilen haberde genelev kadınlarının sigortalanma hakkı kazandıkları kamuoyu ile paylaşılmaktadır (Görsel 14).



Görsel 14. 20.07.1978 Tarihli Cumhuriyet Gazetesinde 506 Sayılı Sosyal Sigortalar Yasası’ndaki Bazı Madde Değişikliklerinin Bildirildiği Yılmaz Şipal İmzalı Haber.

Tartışma

Fatma Feriha Öztürk'ü yakından tanıma fırsatı bulan yazarlarımızdan ilki, onunla uzun sohbetleri sırasında yaşamından kesitleri öğrendikçe paylaştığı anıların dönemin siyasi tarihi açısından çok önemli olacağını düşünmüştür. Sohbetler sırasında F. Feriha Öztürk'ün sıklıkla dile getirdiği “genelev kadınlarının hak kazanma sürecindeki katkısı”, yazarların da bu konudaki sorunlara farkındalığını sağlamış, araştırmanın ortaya çıkmasına zemin oluşturmuştur. Öztürk'ün görünür olmayan yaşamına dikkat çekmek, özellikle henüz kayıtlarda yer almamış olan toplumda değersiz görülen genelevde çalışan kadınlar için vermiş olduğu mücadeleyi aktarmak kadın çalışmaları açısından anlamlı görülmüştür.

Kadınların bir araştırmanın, makalenin, kitabın öznesi olması; haklarında biyografik çalışmalar yapılması kadın çalışmalarının temel konuları arasındadır. Feminist tarih anlayışının etkisiyle kadınlar alanyazında kendilerine yer bulana kadar, uzunca bir süre yaşamda sadece iyi bir evlat, iyi bir kardeş, iyi bir eş ve sonra iyi bir anne olmaktan öteye geçemeyip, sıradan yaşamlarının kaleme alınmasından kaçınılmıştır. Bu süreçte kadınların, kutsal azizelerin, azametli hanım sultanların ya da erkeksi kraliçelerin öyküleri arasına sıkıştığını söyleyebiliriz.

Keith Jenkins (1997) *Tarihi Yeniden Düşünmek* adlı eserinde “kim için tarih” sorusuna yanıt ararken tarihin kuram ve kuramın da ideolojik olduğu, tarihte öznenin belirlenmesinde ideoloji ve iktidar ilişkilerinin belirleyiciliği üzerinde durur. Tarihte özne belirlenirken pek çok kadının yok sayıldığından, görünmez olduğundan ve “tarih yazımının dışında” bırakıldığından söz eder. Bunu doğrular şekilde kadın biyografileri de 1970'lere kadar çekingen üslupları ile dikkat çeker. Kadın yazarlar, erkeklerin kolayca ifade edebildiği başarı, ödenen bedeller, hırs ve arayış gibi biyografinin kaçınılmaz malzemelerini kullanmayı kendilerine yasaklamışlardır. Feminist eleştirinin biyografik metinler üzerindeki etkisi ile birlikte yeni yazılan kadın biyografilerinin sayısında önemli bir artış olurken aynı zamanda daha önce yazılan kadın yaşam öyküleri farklı bir yorumla yeniden gözden geçirilmeye başlanmıştır (Tekcan, 2011). Bu çalışmalar bir yandan kadınların eşitlik arayışına destek olmakta, bir yandan da pek çok kadının yaşamları ve yaptıklarıyla görünür olmasını sağlamaktadır.

Virginia Woolf'un kadın yazını konusunda vurguladığı “örnek olmak” (Tekcan, 2011) ya da daha sıkça kullanılan “rol model olmak” söylemi, kadınlara ilham vermenin önemine işaret eder. Bilinmeyen, görünmeyen, dillendirilmeyen kadınlardan biri olan Fatma Feriha Öztürk, 15. dönem milletvekili olarak toplum tarafından herhangi bir değere layık görülmeyen, dışlanmış, ötekileştirilmiş genelev kadınlarının sorunlarına duyarlılık göstermiş, bunu siyasi alana taşımıştır.

Sorunun bir yönüyle çözülmesine yapmış olduğu katkı, Fatma Feriha Öztürk'ün yaşam öyküsünü de ilham verici kılar.

Fatmagül Berktaş'ın (2003: 13) *Tarihin Cinsiyeti* kitabında belirttiği gibi örnek kadınlar yaşamlarında felsefi, politik kişiler olarak dünyaya iz bırakmış güçlü figürler olmalarının yanı sıra kendi yaşamlarının tarihsel ve toplumsal kaygılarını, güçlüklerini, zaafalarını da taşırlar. Kuşkusuz burada en çarpıcı nokta olan cinsiyet içeriği, bu kadınların serüvenini daha ilginç kılarak güçsüz ve çaresiz kadınlarla aralarında bir köprü oluşturur. Bu örnek olmuş kadınlar dünyaya kendi imgeleriyle iz bırakırken bunun da bedelini öderler. Yaşadığımız dünyada, kadınların işlediği kendini ortaya koyma “suçu” için her zaman yakılmak kadar dramatik olmasa da ödenecek bir bedel vardır.

Fatma Feriha Öztürk'ün kendini işine adanması, özel yaşamında hiç vakti olmadığı gerekçesiyle evlenmeye teşebbüs etmemesi temelde onun kendi tercihidir. Kendi ifadesiyle talipleri olmasına rağmen evlenmeyi hiç düşünmediğini, kendi günlük hayatının yaşamını doldurduğunu söylemiştir. O dönemde kararlı, güçlü yapısı ile çoğu kadının seçtiği yoldan farklı olarak yalnız yaşamış, cesurca toplumsal normların dışına çıkarak farklı bir duruş sergilemiştir. Evliliğin kutsal sayıldığı bir toplumda bu ödenmiş bir bedel olarak görülebilir. Güneş Ayata'nın (1995) belirttiği gibi bu kadınlar belagat sahibi, azimli, kendilerini ispat etme gayreti içinde, çalışkan, toplum içine girmekten çekinmeyen, kendi kaderlerine hâkim bir görünümüdür. Bazı kadın politikacılar bu davranış kalıplarında cinsiyetsizmiş gibi davranırlar. Hiç göze batmamaya çalışır, genellikle koyu renk tayyör giyer, makyaj yapmaz, mücevher kullanmazlar. Hiçbir toplantı veya göreve ailesini öne sürerek mazeret bildirmezler. Fatma Feriha Öztürk tam da bu tanımlamaya uyan bir kadın politikacıdır.

Cumhuriyet ile birlikte kadın reformları modernleşen Türkiye'de önemli bir unsurdur. Sıradan bir ailenin ferdi ve bir kadın olarak milletvekilliğine seçilebilmesi kuşkusuz Kemalist reformların kadınlara sağladığı olanakların sonucudur. Bu reformlar kadınları kamusal alanda çeşitli şekillerde teşvik etmiş olmakla birlikte, aile, şeref ve namusla ilgili yerleşik değerler, ahlaki kodlar kadınları sınırlamıştır (Berktaş, 1994; Durakbaşı, 1998). Kadının öteki olma durumu siyaset biliminde de kendini göstermektedir (Güneş Ayata, 1995).

Fatma Feriha Öztürk kendi ifadesiyle, sırf kadın olduğu için erkek adaylar tarafından kulis yapılarak 1961 ve 1964 seçimlerinde hak ettiği halde liste dışı bırakılmıştır. Bu süreçte özveriyle çalışmasına rağmen geri plana itilip, başarısız kılınarak siyasi yaşamında da bedel ödemiştir. Benzer olarak Şirin Tekeli kendisiyle yapılan bir röportajda kadın milletvekilleri üzerinde yaptığı bir anket çalışmasında, kadınlara karşı cinsiyet temelli bir ayrımcılık yapıldığını, ezildiklerini,

sömürdüklerini ve bunu yapanın da sistem değil erkek egemenliği olduğunu dile getirmiştir (Çakır, 2009). Ancak Fatma Feriha Öztürk'ün kararlı, mücadeleci yapısı, belki de evliliğin kendisine getirebileceği sınırların dışına taşabilmesi yenilgiyi kabul etmesine engel olmuş ve 1973 seçimlerine liste başından girerek milletvekili seçilmesini sağlamıştır.

Tekeli (1995) 1970'lerde parti çalışmalarında kadın sorunlarına değinilmediğine dikkat çeker. Oysa Fatma Feriha Öztürk milletvekili olduğu yıllarda kadın sorunlarının merkezinde yer almayan bir konu olan genelevde çalışan kadınlara yönelik bir hak arayışında önyak olmuştur. 14 Ekim 1973 seçimleri sonrasında meclise girebilen kadın milletvekillerinin sayısı oldukça azdır, sadece 6 kadın seçilebilmiştir (Eryılmaz, 2019). Meclisteki baskın erkek dünyasında bir kadın milletvekili olarak kadın sorunlarına yönelik çabası oldukça önemlidir. Erkek bakış açısının metalaştırdığı ve ticaretini yaptığı genelev kadınlarının sorunlarının bir kadın milletvekili tarafından meclise taşınması, dile getirilmesi büyük bir cesaret örneğidir (Görsel 15).



Görsel 15. Meclis Çalışmaları Sırasında Milletvekilleri ile

Hamam, Akşit'in (2009) belirttiği gibi kadınların türlü konuları çok rahat ifade edebildiği kısmen de olsa eşit olabildikleri kamusal bir mekândır. Fatma Feriha Öztürk'ün genelev kadınları ile karşılaşması, dertlerini dinlemesi, sorunları hakkında farkındalık kazanması hamam ziyaretleri sırasında gerçekleşmiştir. Siyasetteki yaklaşımı halkla bütünleşmek olduğundan kadınlara doğrudan ulaşmak için hamamı tercih etmesi tesadüf değildir.

Fuhuş, ahlaki değerlerdeki çifte standartları ortaya koyması, sorgulanmaması, bu sektörde çalışan kadınların olumsuz koşulları nedeniyle 20. yüzyılın başından itibaren feminist eleştirinin gündeminde yer almıştır. Fahişelerin 1975'te kendi haklarını savunmak üzere örgütlenmeleriyle birlikte bu tartışmalar ivme kazanmıştır. Fuhuşla ilgili tartışmalar, fuhuşun ortadan kaldırılmasından, fahişelerin yaşam koşullarının iyileştirilmesine kadar değişik perspektifleri

kapsıyordu. Birçok araştırmacı fahişeliğin bir meslek olarak kabul edilmesinin, fuhuşun sıradanlaşması ve bir piyasa ekonomisi aracına dönüştürülmesi tehlikesi içerdiğine dikkat çekti (Cagan, 1996). Bununla birlikte yeni bir düzenleme ihtiyacı kaçınılmazdı. Türkiye’de 1973 yılında yeniden düzenlenen “Genel Kadınlar ve Genelevlerin Tabi Olacakları Hükümler ve Fuhuş Yüzünden Bulaşan Zührevi Hastalıklarla Mücadele” başlıklı tüzük maddelerinde, çalışan kadınların sağlığının ele alınmasının daha çok erkek ve toplum sağlığının korunmasına yönelik olması ise çarpıcıydı. Oysa bir çalışan olarak genelevdeki kadınların iş güvenliği, çalışma koşulları, haklarının düzenlenmesi ve yasal uygulamaların hayata geçirilmesi zorunluluğu bulunuyordu. 1978 yılında 506 sayılı “Sosyal Sigortalar Kanunu”nda ek madde halinde yapılan düzenleme ile herhangi bir güvencesi olmayan genelevde çalışan kadınlar sigortalanma hakkını kazandılar.

TBMM Kütüphanesi arşivinde bulunan Millet Meclisi Tutanak Dergilerinde Fatma Feriha Öztürk’ün meclis genel kurulunda Köy İşleri ve Kooperatifler Bakanlığı, Kültür Bakanlığı ve Vakıflar Genel Müdürlüğü bütçe kanunu ile ilgili konuşmalarına ulaşılmıştır. Yeni bir kanun teklifi ve yürürlüğe girmesi mecliste milletvekillerinin çoğunluk oyu ile mümkündür. Genelev kadınlarının sigortalanması ile ilgili SSK kanunundaki yasa değişikliği teklifinin yapılması ve kabulü için Fatma Feriha Öztürk’ün gösterdiği çaba konusunda adının geçtiği yazılı bir belge bulunamamıştır. Bu sınırlılığa rağmen eldeki belgeler sürece paralel olarak onun bu beyanını destekler niteliktedir. Her ne kadar bu kanun, Fatma Feriha Öztürk’ün mecliste bulunduğu dönemde çıkmamış olsa da meclis tutanaklarında Ahmet Mahir Ablum’un beyanında dikkat çektiği gibi bu madde bir önceki dönemde kanunlaşmamış tasarılar arasındadır. Feriha Öztürk’ün sıklıkla dile getirdiği gibi bu konu onun milletvekilliği sırasında gündeme gelmiş, ancak bu süreçte kanunlaşmamış ve mecliste bir sonraki dönemde yürürlüğe girmiştir. Millet Meclisi Tutanak Dergisi’nde (1978) SSK kanunundaki yasa değişikliği teklifinin dört partinin anlaşması sonucu ortak bir karar ile sunulduğu görülmektedir. Bazı kanun tekliflerinde bir veya daha fazla milletvekilinin imzası bulunurken bu tasarı komisyon raporu ile sunulmuş ve isim belirtilmemiştir.

Meclis tutanaklarında genelev kadınlarının sigortalanması konusunda Fatma Feriha Öztürk’ün adının geçmemesi kadınların önyak olduğu çalışmaların sonucunu erkeklerin sahiplenmesini akla getirebilmektedir. Bazı kadınlar aktif politika yapsalar da, onların rolleri ve siyaset içinde alacakları ağırlıklar büyük ölçüde erkeklerce belirlenip, kontrol edilmektedir. Carol Pateman (1988) siyasal alanın adı konulmamış yazılı olmayan bir cinsiyet sözleşmesi üzerine inşa edildiğine ve bu sözleşmenin erkeklere siyasal güçlerini verdiğine dikkat çeker. Kadın politikacılar bütün partiler için bir oy getirme makinesi olarak düşünülmüştür. Kadınlar, “kadınca” konuşmalarla kadınlara hitap edebilmekte, evlere girebilmekte ve daha da önemlisi kadın ilişkisi

ağlarını kullanabilmektedirler (Güneş Ayata, 1995). Sonuçta siyaset kadın erkek eşitsizliği ile şekillenmiş ataerkil bir alandır (Adak, 2016).

Yazılı belgeler ve arşivde bulunmayan bilgiler, çalışma boyunca Fatma Feriha Öztürk ile yapılan görüşmelerde sıkça vurguladığı, yazarlardan ilkinin bu çalışmaya başlama gerekçesini oluşturan temel argümandır. Kuşkusuz sözlü tarih yöntemi de yaşamın içinden üretilen, insanlarla konuşarak öğrenilen bilgiyi temel alır. Biz de bu çalışma aracılığı ile hiçbir yerde bulamadığımız, kayıtlara geçmeyen kendisi için “gurur kaynağı” olan bu girişimi görünür kılıp, onun arzusunu gerçekleştirmek istedik.

Sonuç

Bu çalışma, siyasi yapılanmaların farklı kademelerinde görev alan, milletvekilliği döneminde genelev kadınları hakkındaki tüzüğün iyileştirilmesi ve kadınların sigortalanması konusunda önyak olan, mecliste farkındalık yaratmaya çalışan Fatma Feriha Öztürk’ün yaşamını ve feminist mücadelesini biyografik bir formda ele almıştır.

Fatma Feriha Öztürk’ün yaşamı tarihsel bir çizgi üzerinde ele alınmamış, onun bir kadın milletvekili olarak güçlü, mücadeleci yapısıyla toplum tarafından değersiz görülen ve dışlanan genelev kadınlarının sorunlarını siyasi alana taşıması, sigorta haklarını elde etmelerine katkı sağlaması gün yüzüne çıkartılmıştır. Fatma Feride Öztürk’ün mücadelesi ve üstlendiği etkin rol, kadın hakları tarihinde önemli bir iz bırakmıştır.

Teşekkür

Çalışmamız süresince TBMM Kütüphanesindeki kaynaklara ulaşmamız konusunda verdikleri destek için Dt. Fatma Ergüden, Gonca Ünsal Ceylan, Muaz Ayhan Işık, Gül Çiloğlu’na, makaleyi okuyup geri bildirimde buldukları için Prof. Dr. Hanife Aliefendioğlu, Dr. Mehmet Demirci, Dr. Nevruz Çınar Özdil ve Doç. Dr. Nurten Kara’ya, makaledeki hukuki bilgilere erişim ve değerlendirmedeki katkısı için Av. Helin Gökoğlu’na, makalenin redaksiyonu ve akademik katkıları için Sn.Ülfet Taylı’ya, İngilizce çeviri düzeltmeleri için Mark Simmons’a içten teşekkürlerimizi sunarız. Kuşkusuz en büyük teşekkürümüz ise samimiyetle bize kendini açan, bu çalışmanın alanyazına kazandırılmasına vesile olan ve 17 Şubat 2021’de aramızdan 93 yaşında ayrılan Fatma Feriha Öztürk’e...

Yazarın Notu

Bu çalışma Doğu Akdeniz Üniversitesi Kadın Araştırmaları ve Eğitimi Merkezi (DAÜ-KAEM) tarafından 10-13 Ekim 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilen 7. Uluslararası Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Konferansı’nda sunulmuştur.

Kaynakça

- Adak, S. (2016). "Siyaset ve Toplumsal Cinsiyet". F, Saygılıgil. (Haz.). *Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları*. Dipnot Yayınları, Ankara, 17-31.
- Arat, Y. (1998). "Türkiye’de kadın milletvekillerinin değişen siyasal rolleri 1934-1980". A, Berktaş H. (Ed.). *75 Yılda Kadınlar ve Erkekler*. Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul, 249-266.
- Akşit, E. E. (2009). "Kadınların Hamamı ve Dönüşümü". A, Alkan. (Ed.). *Cins Cins Mekan*. Varlık Yayınları, İstanbul, 136-167.
- Avcı Akçalı, A. ve Aslan E. (2012). Tarih Öğretiminin İyileştirilmesi Yolunda Alternatif Bir Yöntem: Sözlü Tarih. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 20(2): 669-688.
- Berktaş, F. (1994). "Türkiye’de Kadın Hareketi Tarihsel Bir Deneyim". *Kadın Hareketinin Kurumsallaşması Fırsatlar ve Rizikolar*. Metis Yayınları, İstanbul, 18-27.
- Berktaş, F. (2003). *Tarihin Cinsiyeti*. Metis Yayınları, İstanbul.
- Cagan, B. (1996). "Review of The Prostitution of Sexuality". Kathleen Barry. Reviewed by Beth Cagan, Cleveland State University. *The Journal of Sociology & Social Welfare*, 23(2), 11.
- Çakır, S. (1996). *Osmanlı Kadın Hareketi*. Metis Yayınları, 2. Basım, İstanbul, 57-78.
- Çakır, S. (1997). "Kadın tarihinden iki isim: Ulviye Mevlan-Nezihe Muhiddin". *Toplumsal Tarih*, 46: 6-14.
- Çakır, S. (2009). "Şirin Tekeli: Siyaset Biliminde Yeni Bir Soluk, Söyleşi". *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 40: 109-118.
- Çalışkan, V. ve Özey, E. (2016). "Darülfünun’dan mezun ilk kadın coğrafyacı: Şukufe Nihal". *Türk Coğrafya Dergisi*, 67: 61-66.
- Davaz Mardin, A. (2002). "Görünmezlikten Görünürlüğe: Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi Vakfı". *90’larda Türkiye’de Feminizm* içinde. A, Bora ve A. Günel. (Eds.). İletişim Yay, Ankara: 183-204.
- Dişbudak, M. (2008). Türk Kadınlar Birliği. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). 9 Eylül Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü.
- Durakbaşı, A. (1998). "Cumhuriyet döneminde modern kadın ve erkek kimliklerinin oluşumu: Kemalist kadın kimliği ve "münevver erkekler". A, Berktaş Hacımirzaoğlu. (Ed.). *75 Yılda Kadınlar ve Erkekler*. Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul, 29-50.

- Eryılmaz, H. G. (2019). *Zoraki Bir Koalisyon: 37. Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti (CHP – MSP) (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*. Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Ens.
- Genel kadınlar ve genelevlerin tabi olacakları hükümler ve fuhuş yüzünden bulaşan zührevi hastalıklarla mücadele tüzüğü. Resmi gazete yayımlanma tarihi: 19.4.1961. No: 10786. Değiştirilme tarihi: 31.1.1973 ve 7/5786.
- Güneş Ayata, A. (1995). “Türkiye’de kadının siyasete katılımı”. Ş, Tekeli. (Ed.). *1980’ler Türkiye’sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar*. 3. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul, 293-312.
- İpşiroğlu, Z. (2014). “Uyanış”. Z, İpşiroğlu. (Yayına hazırlayan). *Kadınların Gözüyle Yazmak ve Yaşamak*. Cumhuriyet Kitapları, Yazın Basın Yayın Matbaacılık, İstanbul.
- Jenkins, K. (1997). *Tarihi Yeniden Düşünmek*. 1. Baskı, Dost Yayınları, Ankara.
- Kırkpınar, L. (1998). “Türkiye’de toplumsal değişme sürecinde kadın”. A, Berktaş Hacimirzaoğlu. (Ed.). *75 Yılda Kadınlar ve Erkekler*. Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul, 13-28.
- Millet Meclisi Tutanak Dergisi*. (1978). Dönem 5, Cilt 6, Toplantı 1: 478, 498.
- Pateman, C. (1988). *The Sexual Contract*. Stanford University Press, Stanford.
- Sosyal Sigortalar Kanunu. Resmi gazete yayımlanma tarihi: 29, 30, 31/7/1964-1/8/1964. No:506. Değiştirilme tarihi: 29/06/1978-2167/14.
- Şipal, Y. (1978). “SSK’da prim ödeme tavanı 9660 liraya yükseldi”, *Cumhuriyet Gazetesi*, 20.07.1978.
- Tekcan, R. (2011). “Sessiz sedasız yaşayanlar: Biyografide kadın”. S, İrzık. ve J, Parla. (Eds.). *Kadınlar Dile Düşünce*. İletişim Yayınları, 4. Baskı, İstanbul, 145-156.
- Tekeli, Ş. (1995). “1980’ler Türkiye’sinde Kadınlar”. Ş, Tekeli. (Yayına hazırlayan). *1980’ler Türkiye’sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar*. 3. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul: 15-50.
- Thompson, P. (1999). *Geçmişin Sesi Sözlü Tarih*. Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- Toska, Z. (1998). “Cumhuriyetin kadın ideali: Eşiği aşanlar ve aşamayanlar”. A, Berktaş Hacimirzaoğlu. (Ed.). *75 Yılda Kadınlar ve Erkekler*. Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul, 71-88.
- TBMM (2021). *Türkiye Büyük Millet Meclisi Tutanak Dergisi*. Erişim Linki: www5.tbmm.gov.tr/develop/owa/td_v2_istatistik.tutanak_hazirla?v_meclis=&v_donem=&v_yasama_yili=&v_cilt=&v_birlesim=&v_sayfa=&v_anabaslik=&v_altbaslik=&v_mv=FATMA%20FER%DDHA%20%D6ZT%DCRK&v_sb=&v_ozet=&v_kelime=&v_bastarih=&v_bittarih=. Erişim Tarihi: 29 Kasım 2021.

“52 Erkek 52 Hafta” Yazı Dizisi ve Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddeti, Erkeklerin Şiddet Anlatıları Üzerinden Tartışmak

*The Article Series of “52 Men 52 Weeks” and Discussing the Violence against Women
via the Men’s Narratives of Violence*

Şenay Leyla Kuzu*

Öz: Bu çalışma toplumsal cinsiyet çalışmalarında merkezi bir konu olan kadına yönelik şiddet tartışmalarını “52 Erkek 52 Hafta” yazı dizisi örneğinden hareketle tartışmayı amaçlamaktadır. Kadına yönelik şiddet meselesi ilkin kadın hareketi içinde önemli bir tartışma konusuyken daha sonra konu hem kurumsal mekanizmalara hem de akademik alana taşınmıştır. Son dönemlerde ise kadına yönelik şiddet meselesi yeni medya araçları ile geniş bir tartışma alanına kavuşmuştur. Bu sebeple şiddetin biçimleri, nedenleri, kadınlar ve erkekler tarafından nasıl deneyimlendiği hakkında hem nicel hem de nitel verilere daha çok ihtiyaç olduğu anlaşılmaktadır. Feminist çalışmalara, erkeklerin başta şiddet olmak üzere çeşitli deneyimlerinin dâhil edilmesi görece geç olmuştur. Toplumsal cinsiyet meselelerinin ilişkisel boyutu dikkate alındığında erkeklerin deneyimleri önemli olmaktadır. İşte bu çalışma 2018 yılında yayınlanan “52 Erkek 52 Hafta” yazı dizisinden yola çıkarak hem erkeklerin kişisel deneyimlerinde şiddetin yerini hem de Türkiye’deki toplumsal cinsiyet ilişkilerine dair görüşlerini Maxqda nitel veri analizi programından yararlanarak analiz etmektedir. Bu sayede en yaygın şiddet türleri, şiddetin deneyimlendiği alanlar ve şiddetin nedenleri konusunda veriler düzenlenirken şiddetin hem erkeklerin deneyimlerinde kurucu bir öge olduğu hem de erkeklik inşa sürecine sızdığını görmek mümkündür. Yazı dizisinde sırasıyla en çok psikolojik şiddet, cinsel şiddet, fiziksel şiddet ve ekonomik şiddet tartışma konusu yapılırken, şiddetin deneyimlendiği alanlar olarak aile, okul, işyeri ve sokak sıralanmaktadır. Şiddetin nedenleri arasında kültürel toleransın yüksek olması, ataerkilliğin içselleştirilmesi ve erkeklerin kırılganlığı veya güvensizliği ön plana çıkmaktadır. Erkeklerin de kadına yönelik şiddet meselesini tartışması ve feminist harekete/kadınlara destek vermesi ise en çok tekrarlanan çözüm önerisi olmaktadır.

Anahtar kelimeler: Kadına Yönelik Şiddet, Erkeklerin Şiddet Anlatıları, “52 Erkek 52 Hafta” Yazı Dizisi.

Abstract: This study discusses the discussions about violence against women which is a central subject in gender studies by taking the article series of “52 Men 52 Weeks” as the sample. The issue of violence against women is an important discussion topic in the initial stages of women’s movement and

* Dr. Öğr. Üyesi, Gaziantep Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, leyla@gantep.edu.tr,
ORCID: 0000-0002-3245-9399.

afterwardsthis subject is carried more to both the institutional mechanisms and academia. Recently, the issue of violence against women has reached a wide sphere with new media tools. Thus, both quantitative and qualitative data considering the shapes and reasons of violence and how women and men respectively have experienced it is considered to be a necessity more than ever. The inclusion of several experiences of men particularly violence is relatively new in feminist studies.. Men's experiences are crucial when the relational dimension of gender issues is considered. This study, inspired by the article series of "52 Men 52 Weeks", which was published in 2018, analyses both the spaces of violence in their own experiences and t their opinions about gender relations in Turkey by using the Maxqda Qualitative Analysis Programme. By this means, when the data about the most prevalent types of violence, the spaces where the violence is experienced and the reasons for violence are revealed , it is possible to see that violence is a constructive element in men's experiences and disseminates into the construction of masculinity. While psychological violence, sexual violence, physical violence and economic violence are considered as the subject matter of the research respectively in the article series, the spcaes where violence is experienced are sorted as family, school, workplace and street. Among the reasons for violence, the highness of cultural tolerance, internalizing the patriarchy and vulnerability or mistrustfulness come into prominence. Men's discussing the problem of violence against women and their support for the feminist movement and women are the most repeated solutions suggested by them.

Keywords: Violence Against Women, Men's Narratives of Violence, The Article Series of "52 Men 52 Weeks".

Summary

Although the discussions of violence against women are not new, the inclusion of men into this field is relatively new. The course of the discussions is determined by not degrading the several experience differences into one and the criticisms about the necessity of the plural experiences to be taken into consideration. The masculinity studies nourished from this basis created a field that discusses the differences of experiences among men. It may be said that the perspective of masculinity which perceives it as relational and constructed, has brought a new dimension to the discussions of violence against women. Apart from the violence against women, the experiences of violence among men gravitate our perspective to male violence as violence does not appear only as an experience that is gravitated from men to women or one institution (for instance, within the family). Male violence is carried via institutions and comes our way with several experiences. Besides, it is not all the time so easy to talk about how violence has an establishing place and mention masculinity on these grounds. This article discusses the violence against women in Turkey, with a more general statement, discussing male violence by focusing on the article series "52 Men 52 Week" published by Bianet (Independent Communication Web) in 2018. Concerning that kind of discussion, a discussion ground is created about the reasons for violence, the fields where it is

experienced, the solution offered to violence and the process within which masculinity is learned based on men's experiences.

This article series focuses on the experiences of violence and masculinity experiences of men from different fields as a broadcaster, writer, actor, radio-programmer, film critic, screenwriter, director, teacher, therapist, reporter, academician and translator. In the article series, violence appears as a subject that is mostly witnessed, applied, product of minds, or as Rauf Kösemen stated, "compiled from the memory of men." The article series focuses on media, academia, sport, school and close relations first, and male experiences that spread information and memories. Due to the variety of different men's experiences, Maxqda Qualitative Data Analysis is used. In this way, the classification and analysis of the comprehensive data of the article series become possible. In the first phase of coding, the types of violence, the reasons for violence and the spaces where violence is experienced come to the forefront. In the second phase, how masculinity is learned and various ways of the socio-cultural field that are related to this (as homo-social fields, understanding the roles associated with sexism and the dominance of the sexist language) come into prominence. In the third phase, how man's values to man violence and rivalry permeate to men's constituent experiences. Lastly, the suggestions by men about violence against women come to the forefront. Hence, regarding the article series (by taking the codes and sub-codes into consideration), there exist four subtitles in the article: experiences of masculinity between confrontation and questioning, the types of violence and the spaces where it is experienced, the discussions about the reasons of violence and suggestions to violence.

While masculinity is seen as related to power and violence at a significant rate, the empowering perspective is seen as "questioning" and "confronting" throughout the article series. In the article series, firstly, it is understood that violence spreads into all theories and is reproduced with the hands of the theories. Secondly, men's telling or writing about their own experiences is difficult contrary to what is believed (expressed as something hard in the article series). Finally, it is seen that the relations between men involve a particular scale of power and include men in the play of proving themselves and the need to the others in this play. Consequently, it is revealed that the discussions of violence against women should focalize on institutions and personal experiences instead of focusing on some institutions or experiences.

Giriş

Kadına yönelik şiddet ve genel olarak kadının ikincilliği veya tahakküm altına alınması meselesi yeni bir tartışma alanı değildir. Klasik feminist kuramlar, kadınların yaşadığı bu deneyimleri -farklı nedenlerin altını çizseler de- tartışmışlardır. Bu klasik gelenek içinde bazı

kuramcılar, kadına yönelik şiddeti merkezi bir konu olarak ele alıp, cinselliği kadının baskı altına alınmasının nedeni olarak gören biyolojik temelleri analiz ederken diğerleri ataerkinin eşitsiz cinsiyet rolleri üzerine odaklandılar (Messerschmidt, 2019: 25-31). Bu kuramsal tartışmalar 1970'ler ve 1980'lerin ilk yarısına kadar hâkim bir gelenek olarak tartışmaları belirlemesine rağmen zamanla ataerki kavramı çok yönlü bir eleştiriye tâbi tutulmuştur. Bu eleştirilerden en önemlisi hem kadınlar hem de erkekler arasındaki farklılıkların (sınıf, yaş, cinsellik gibi) dikkate alınmamış olmasıdır. Bu nedenle hem tek bir erkeklik üzerine yoğunlaşma hem de bütün erkeklerin şiddet uygulayıcılar olarak eşitlenmesi anlayışı eleştirilmiştir (Messerschmidt, 2019: 40). Öyle ki bu düşünce zemini içinde erkekler, gücü elinde bulunduran ve diğerlerine yönelik baskı kullanma araçlarına sahip olurken ataerki sistemin olmazsa olmaz yapısal unsurları aile ve cinsiyete dayalı iş bölümü olur (Yarar, 2015: 15). Ancak bu süreç, 1980'lerin başında hem farklı kadın deneyimlerinin (siyah feministler gibi) eleştirileri hem iktidar tanımının tek ve bütüncül olmadığı (Foucault gibi) hem de cinsiyetin ne olduğuna dair (Butler'ın eleştirisi) eleştiriler nedeniyle tartışmaya açılmıştır (Stone, 2015; Yarar, 2015: 15). Bu eleştirilerin ışığında cinsiyet, yapılan ve sürekli yeniden yapılan bir icraya dönüşürken iktidar bizzat kadınların da içinde olduğu bütün ilişkilere yayılan bir hale dönüştü. (Stone, 2015:95-99). Böyle bir teorik kaymadan sonra tartışma, iktidara sahip olan ve bu iktidarı kadınlar üzerinde tek yönlü olarak gösteren erkeklik konumundan uzaklaşmıştır. İşte Connell başta olmak üzere erkeklik çalışmalarının beslendiği alan, tam da bu toplumsal cinsiyet ilişkilerinin parçalı, çok değişkenli ve ilişkiyel olduğu fikridir (Connell, 2019; Bourdieu, 2015).

Toplumsal cinsiyet çalışmalarında, kadına yönelik erkek şiddetinden, eril şiddetin analizine doğru bir kayma yaşanmaktadır. Geniş ölçekli eğitim, yaş, sosyo ekonomik statü gibi değişkenleri de hesaba katan daha kapsayıcı araştırmalar son dönemlerde artmaktadır. Türkiye'deki kadına yönelik şiddet literatürüne bakıldığında özellikle saha araştırmalarına dayanan birkaç çalışma ön plana çıkmaktadır. Bunlardan birincisi "*Aile İçi Şiddetin Sebep ve Sonuçları*"¹ araştırmasıdır. İkinci önemli araştırma, Aksu Bora ve İlknur Üstün'ün "*Sıcak Aile Ortamı*" *Demokratikleşme Sürecinde Kadın ve Erkekler*² başlıklı çalışmasıdır. Bu çalışma farklı yaş, etnisite ve meslekten

¹ TC. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu tarafından yaptırılan "Aile İçi Şiddetin Sebep ve Sonuçları" Araştırması, 4287 soru formunun uygulandığı bir saha araştırmasıdır. Aile içi şiddet ve kadına yönelik aile içi şiddet kavramlarının tanımı yapıldıktan sonra şiddette "cinsel kimlik" ve "erkek otoritesi"nin Türkiye'de yapılacak çalışmalar için başlangıç oluşturacağı belirtilmiştir (s.8). Araştırmada, ebeveynlerin şiddet geçmişleri, çocukken şiddete maruz kalma, madde bağımlılığı ve istihdam gibi değişkenler ön plana çıkmıştır. Araştırmada sadece bireyler arası ilişkiye odaklanılmamış yapısal unsurlara da yer verilmiştir. Bu nedenle çalışma, hem ailedeki bireyler arasındaki ilişkiye hem de ekonomi ve gelir gibi diğer unsurlara odaklanmıştır (s.13). Araştırmada şiddetin nedenleri sorulduğunda ön plana çıkan ilk üç neden sırasıyla "maddi güçlükler", "kocanın aşırı sinirli olması" ve kocanın akrabalarının kışkırtması" olarak belirtilmiştir (s. 143).

² Nitel bir araştırma olup 72 derinlemesine görüşmeye ve çeşitli yaşam öykülerine dayanmaktadır. Araştırma özetle iki konuya dayanmaktadır. Bunlardan birincisi; kadınlık ve erkekliğe dair kabullerdir. İkincisi ise bireylerin gündelik

kadın ve erkeğe odaklanan nitel bir araştırma olup, cinsiyetin yanı sıra diğer eşitsizlikleri bir arada tartışma ve düşünme imkânı vermektedir. Kadına yönelik şiddet araştırmalarında önemli bir başka araştırma, saha araştırması 2006-2007 yılları arasında yapılan, Ayşe Gül Altınay ve Yeşim Arat'ın “*Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddet*”³ çalışmasıdır. Araştırma, kapsamlı nicel verilere dayanmakla birlikte şiddet konusunda çalışan kadın sivil toplum örgütlerinin ve kurumsal mekanizmaların bu konuda belli bir farkındalığı arttırdığının altını çizmektedir. Serpil Sancar'ın “*Erkeklik: İmkânsız İktidar Ailede Piyasada ve Sokakta Erkekler*”⁴ adlı çalışması ise aile, kuşaklar arası erkeklik, şiddete karşı duran erkeklerin deneyimi ve erkeklik krizi gibi konuları, erkeklerin deneyimlerini merkeze alarak tartışmaktadır. Erkeklik üzerine yakın tarihli araştırmalardan bir diğeri de “*Erkekliğin Türkiye Halleri*”⁵ çalışmasıdır. Erkekliklere ve farklı ilişkilere, deneyimlere dayanan araştırma ayrıca bir erkeklik tipolojisi geliştirmiştir. Burada amacımız kadına yönelik şiddet araştırmalarına yönelik bir literatür çalışması değildir. Ancak birkaç önemli saha çalışmasından da takip edileceği gibi 2000’lerden itibaren kadına yönelik şiddet araştırmalarında hem nitel yöntemlerin kullanılması hem de kadınların deneyimlerinin yanı sıra erkeklerin deneyimlerinin- sınıfsal, etnik ve yaş gibi farklarla birlikte-merkeze alınması konusunda artan bir eğilim söz konusudur.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma, 2018 yılında Bianet’te yayınlanan “52 Erkek 52 Hafta”⁶ yazı dizisinde yazıları olan farklı mesleklerden ve farklı yaş gruplarından 52 erkeğin “Türkiye’de erkek olmak” ve

hayatta normları dönüştürme süreçlerine odaklanma diyebiliriz (Bora ve Üstün, 2005: 14). Yakın ilişkilerde şiddet çalışmalarına bakıldığında bu araştırmanın önemli yönlerinden biri hem kadınların hem de erkeklerin şiddet deneyimlerine ve kadınlık ve erkeklik inşa süreçlerine odaklanması olduğu görülmektedir. Bununla birlikte görüşme yapılanların farklı din, etnisite, meslek ve yaş kategorilerinde olması eşitsizlikleri ve ayrımcılıkları toplumsal cinsiyet analizine dâhil ettiğini göstermektedir.

³ Saha araştırması üç farklı örneklem grubunda (Türkiye geneli, Doğu, Orta Batı) toplam 1800 kadınla yapılan anketlere dayanmaktadır. Araştırma feminist yöntemle dayandırılmakta ve Türkiye’de faaliyet gösteren 50 civarında sivil toplum kuruluşuyla da görüşmeleri içermektedir (Altınay ve Arat, 2008: 55-60). Araştırmanın önemli bulguları arasında feminist söylemin hem kadınlara (“haklı görülebilecek dayak yoktur” örneğinde olduğu gibi) hem de medyaya ulaştığı şeklindedir (s. 110).

⁴ Sancar, iki aşamalı nitel bir araştırma tasarlamıştır. Araştırmanın ilk aşamasında 200 erkeğe ulaşarak yaşam öykülerine odaklanmıştır. İkinci aşamada ise bunlardan 60 erkekle yapılan derinlemesine görüşmelere odaklanmıştır. Görüşmecilerin deneyimlerinden hareketle erkekliği nasıl tanımladıklarına, erkekliği bozan durumlara, krizlere ve korkulara yer verilmiştir (Sancar, 2009: 12-13).

⁵ Hale Bolak Boratav, Güler Okman Fişek ve Hande Eslen Ziya tarafından yapılan çalışma, hem nicel hem de nitel bir araştırmaya dayanmaktadır. Çalışmada evlilik, eş ve çocuklarla ilişkiler, çalışma ve erkekliğe ilişkin deneyimler gibi konular ele alınmaktadır. Ayrıca çalışmada erkekliğe dair beşli bir tasnif yer almaktadır. Bu tipolojiler; “Tasralı geleneksel”, “yoksul çelişkili”, “bireyselleşme arayışında”, “geleneksel metropollü” ve “bireyselleşmiş metropollü” şeklinde sıralanmaktadır (2017: 286-297).

⁶ “52 Erkek 52 Hafta” yazı dizisinde yazısı olanların listesi sırasıyla şöyledir: Murat Çelikkan, Mehmet Eroğlu, Tuğrul Eryılmaz, Ümit Ünal, Hakan Bıçakçı, Yekta Kopan, Tayfun Pirselimioğlu, Murat Yetkin, Atilla Taş, Şener Özmen, Korkut Akın, Gökhan Durmuş, Ahmet Ümit, Volkan Ağır, Alper Hasanoğlu, Pakrat Estukyan, Sami Evren, Ali Kemal Çınar, İrfan Değirmenci, Mehmet Açar, Menderes Samancılar, Barış Ünlü, Bağış Erten, Turgut Yüksel, Fırat Yücel, Fatih Polat, Tanıl Bora, Tan Morgül, Haşmet Topaloğlu, Rauf Kösemen, Sureyya Evren, Olkan Özyurt, Tunca Öğreten, Zafer Yılmaz, Cem Erciyes, Özcan Sapan, Mahir Ünsal Eriş, Ulaş Bayraktar, Veysi Altay, Murat Utku,

“kadına yönelik şiddet” hakkındaki yazılarına dayanmaktadır. “52 Hafta 52 Erkek” yazı dizisinin çıkış aşamasını anlatan Haluk Kalafat, Hollywood yapımcılarından olan Harvey Weinstein’ın ifşa edilmesi ve ardından yapılan tartışmalar sonrasında ABD’li oyuncu Alyssa Milano’nun sosyal medya paylaşımından (#bende/ #MeToo) ve sonrasındaki gelişmelerden esinlendiğini belirtmektedir. Öyle ki bu hashtag, kadınların cinsel taciz ve saldırı deneyimlerini paylaşmalarını ve sorunun ne kadar katmanlı olduğunu göstermeye yönelik bir çağrıydı. Bu çağrı, daha fazla kadının deneyimini anlatmaya teşvik ederken erkeklerin de deneyimlerini ve erkekliklerini sorgulamayı tetikledi. Örneğin Bianet (Bağımsız İletişim Ağı), #HowIWillChange hashtagine benzer şekilde #BenNasılDeğişeceğim” adlı hashtag ile erkeklerin konuşmasına destek vermiştir. Ardından bu konuşmayı uzun soluklu yapmak için “52 Hafta 52 Erkek” yazı dizisini başlatarak çeşitli mesleklerden erkeklerin, erkek şiddetini veya erkeklik meselesini tartışmasını sağlamıştır (<https://bianet.org/bianet/kadin/193117-52-erkek-52-hafta>). Bu çerçevede makale, 52 hafta devam eden ve şiddetin çeşitli boyutlarına odaklanan bu yazıları ele almaktadır.

Yazı dizisindeki verilerin analizi için Maxqda nitel veri analizi programından faydalanılmıştır. Kodlamalar, standart bir soru formu olmaması nedeniyle metinlerden hareketle tasnif edilmiş ve bu süreçte yazarların ifade ettikleri bağlama olabildiğince sadık kalınmıştır. Yazarların yazı dizisinden aktarılan ifadelerinin sonuna, yazı dizisinin haftası, yazarın adı, ve Maxqda nitel veri analizi programının atadığı konum eklenmiştir⁷. Kodlamalarda *şiddet biçimleri*, *şiddetin nedenleri*, *şiddetin yaşandığı alanlar* ve *şiddete dair çözüm önerileri* gibi temel konular ele alınmıştır. Metinlerde, erkekte kadına yönelen şiddetin yanı sıra yaygın bir biçimde erkekler arasındaki şiddet ilişkileri dikkat çekmektedir. Yazı dizisinde erkeklik kurucu birer unsur olarak ‘erkekler arası rekabet’ ve ‘erkeklüğünden şüphe’ gibi ifadeler, erkeklerin deneyimlerine yansımaktadır. Yazı dizisindeki erkekler, farklı kuşaklardan farklı aile yapılarından ve farklı yetişme ortamlarından olsalar da benzer sosyo ekonomik özellikleri (hemen hemen hepsinin eğitilmiş orta sınıftan erkekler olması) paylaşmaktadır. Bu benzerliklere rağmen bireysel yaşam öykülerinin ve deneyimlerinin farklılaştığı ve bu durumun yazı dizisine yansıdığı görülmektedir.

Maxqda nitel veri analizi programı yardımıyla da kodlamalar denendi ve tartışmaya katkı sağlayacağı düşünülen bazı bağlantılar tartışmaya dâhil edildi. Örneğin yazarlar kendilerinden bahsederken çoğunlukla ‘biz erkekler’ tanımlamasını kullanmışlardır. Metin yazarı olan erkeklerin aralarındaki farklılıkları bazen azaltma bazen önemsizleştirme bazen de kendileriyle ilişkilendirdikleri şiddeti, toplumun özelliklerine eş tuttuklarını görmek mümkündür. Genel bir

Burak Kuru, Burak Göral, Mehmet Bozok, Yenal Bilgici, Kıvanç Sezer, Ömer Madra, Müfit Can Saçıntı, Can Tonbil, Derya Bengi, Ramin Matin, Emre Senan, Yıldırım Türker.

⁷ Örneğin, “1 Murat Çelikkın, Konum 3” şeklinde bir gösterim, yazı dizisinin ilk haftasını, yazarını ve yazı dizisinde kullanılan ifadenin metinde bulunduğu yeri (bir nevi cümle veya paragraf sırasını) ifade etmektedir.

ifadeyle erkeklerin kendileri ne ise toplumun da o olduğu şeklindeki bakış açısı metinlere sızmaktadır. Bu tartışmanın etkileşimci bakış açısıyla tartışılması mümkün olmakla birlikte Simone de Beauvoir'ın erkeklerin kamusal alandaki failliği tartışmasını hatırlatmaktadır (Beauvoir 2019: 28). Yazı dizisinde erkek = toplum benzerliğine ek olarak erkek = şiddet ve erkek = güç gibi diğer bazı benzerlikler de kurulmuştur.

Eski Mesele Yeni Tartışma Platformları: Yeni Medya Araçları ve Kadına Yönelik Şiddet

Sosyal medyanın veya daha genel bir ifadeyle yeni medyanın kadın hareketi ve toplumsal cinsiyet alanına sağladığı imkânlar son dönemde sıklıkla tartışılmaktadır. Sosyal medya bir yandan farklı özelliklere sahip genç kuşak kadınların seslerini duyurabildiği bir alan olurken diğer yandan uluslararası düzeyde farklı deneyimlere sahip kadınların taleplerini ve eylemlerini takip etme olanağı sağlamaktadır. Hem farklı küçük oluşumların, derneklerin taleplerini hem de kadın hareketinde uzun zamandır tartışılan kadına yönelik şiddet, erken yaşta evlilik ve cinsel taciz gibi baskın gündem konularını yeni mecralar aracılığıyla daha çok görünür hale getirmektedir. Sosyal medyanın daha çok ulaşılabilir ve tartışılabilir olması çözüm üretebilen özelliğini ön plana çıkarırken, sosyal medyanın etkililiği çeşitli açılardan tartışılmaktadır. Örneğin #BeenRapedNeverReported hashtagini konu alan araştırma, kadın ve kız çocuklarının belli nedenlerle (iş, duygusal ve fiziksel maliyetler gibi) durumlarını sosyal medyada paylaşma imkânı bulduklarını, sosyal medyanın geleneksel aktivizmden daha erişilebilir olduğunu, medya arayışlarıyla kendi muhitlerinde daha fazla bağlantı kurduklarını ve sorunlarını çözmeye katkı sağladıklarını tartışmaktadır (Keller vd., 2018: 27-30). Bununla birlikte kampanyaların ve hashtaglerin teknolojik olarak kolaylık sağladığı ve feminist kampanyaların bu şekilde yürütülmesinin etkin olduğu bilirse de deneyimlerini hashtag aracılığıyla paylaşanlarla yapılan görüşmelerde, kurucuların takibe maruz kaldıkları ve duygusal yükün (emotional 'tax') ön plana çıktığı örnekler bulunmaktadır (Mendes vd., 2018: 239)

Yeni medyanın feminist gündemi erişilebilir kılması, yaygınlaştırması ve çözüme katkı sunmasının yanı sıra cinsiyetçi öğelerin yeniden üretilmesini de içerdiğini belirtmek gerekir. Örneğin Türkiye'de popüler olan platformlardan "ekşisözlük" ile ilgili yapılan çeşitli analizlere bakıldığında bunu görmek mümkündür. Alikılıç ve Baş'ın (2019: 90) 1999-2018 yılları arasında "ekşisözlük"te "feminizm" ve "feminist" etiketlerine yönelik söylem analizi çalışmasında, terimlerin yaygın kullanımının aksine şiddet, cinsellik, negatif tanımlamalar ve cinsiyetçi yorumlar yer almaktadır. Benzer şekilde aynı platformda, Özgecan Aslan'ın öldürülmesinden sonra #sendeanlat etiketi altında girilen yorumların analiz edildiği çalışmada, cinsiyetçi dilin yeniden

üretildiği örnekler bulunmaktadır. Çalışmada, kadınların egemen cinsiyetçi dili kullanarak taciz konusunda cinsiyetçi söylemi yaygınlaştırdıkları tespiti yer almaktadır. Örneğin kadınların söylemlerine bakıldığında tacizin, kılık kıyafetle bağının kurulduğu bu nedenle kadınının başına gelenlerden yine kendisinin sorumlu tutulduğu, cinsiyetçi küfürlerin kullanılması ve erkekleri yetiştirenlerin kadınlar olduğu dolayısıyla olumsuzluklardan yine kadınların sorumlu tutulduğu gibi söylemler yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Dede Özdemir, 2015: 91-97).

Yeni medya ve feminist hareketin tartışılması içerikle olduğu kadar hareketin biçimi ve araçların yeniliği ile de ilgilidir. Fakat bu durum, kurumların yapısal sorunlarıyla da ilişkilidir. Örneğin Fotopoulou (2014) Londra'daki kadın derneklerinden hareketle dijital platformların oluşmasını bir yandan hizmetlerin dijitalleşmesi ve finansman desteğinin azalması yönünden diğer yandan feminist örgütlerin medya okuryazarlığı ve kaynakları gibi pek çok faktörü bir arada düşünerek değerlendirmektedir. Medya platformlarının önemli bir alan açtığını kabul etmekle birlikte kadın derneklerinin yapısal sorunlarını gündeme getirmek, Türkiye'deki kadın sivil toplum örgütleri açısından da önemli bir tartışma konusudur. Bu nedenle yeni medyanın kadın hareketine hem yeni fırsatlar sunduğunu hem de belli sınırlılıkları devam ettirdiğini söylemek mümkündür.

Toplumsal cinsiyet alanında tek bir gündemin hâkim olduğunu, tek bir tartışma geleneğinin ya da tek bir öznenin hâkim olduğunu söylemek mümkün değildir. Buna ek olarak sınıf, etnisite ve yaş değişkenlerini hesaba kattığımızda daha katmanlı bir tartışma zemini oluşmaktadır. Ancak bu farklı ve çok katmanlı tartışmaların belli konularda iş birliği de söz konusu olmaktadır. Yeni medyanın daha çok kadına ulaştığı, bilgi ve dayanışma açısından yeni olanaklar sağladığı geleneksel medyaya erişimi olmayanlar düşünüldüğünde önemli bir fırsat yaratmaktadır (Kaya, 2018: 566). Berlant, kadınların yapısal bir değişim için duyguların gücünden hareketle yaratılan etkili bir alan olarak "yakın kamular"ı (intimate publics) işaret etmektedir (Berlant, 2008: 12). Kaya, yeni medyada sıklıkla kullanılan hashtaglerin analizini yaparken Lauren Berlant'ın "yakın kamular" kavramını kullanır. Hashtaglerin farklı coğrafyalarda yarattıkları duygudaşlık ve topluluk oluşturma hali ön plana çıkmaktadır. İşte bu "yakın kamular"a örnek olarak #MeeToo hashtag'i ve bu hareketin başta Türkiye olmak üzere çeşitli coğrafyalarda benzer tartışmaları tetiklemesi gösterilmektedir (Kaya, 2018: 567). Bu hashtag sonrasında kadınların çeşitli dönemlerde yaşadıkları taciz ve saldırı olaylarını anlattıkları ve bu deneyim paylaşımı aracılığıyla belli ölçülerde dayanışma ve iş birliği geliştirdikleri birçok örnek bulunmaktadır. Örneğin #MeeToo hashtag'i ve sonrasında yapılan tartışmalar, Türkiye'de kadına yönelik şiddet konusunu, erkeklerin deneyimleri ve bakış açısı etrafında konuşmayı gündeme getirdi. Türkiye'de kadına yönelik şiddet tartışılırken erkeklerin de bu tartışmalara dâhil olması gerektiği fikri medyayı da etkiledi. Erkeklerin de kadına yönelik şiddet meselesini tartışması ve kendi deneyimlerini yazması

uzun yıllar daha çok kadınlarla ilişkilendirilen bir meseleyi, kamusal bir tartışma platformuna taşımaktadır. İşte böyle bir çerçevede bu çalışma, erkeklerin anlatılarından yola çıkarak kadına yönelik şiddeti belli temalar etrafında tartışmayı hedeflemektedir.

“52 Erkek 52 Hafta” Yazı Dizisinde Öne Çıkan Tartışmalar

Yüzleşme ve Sorgulama Arasında Erkeklik Deneyimleri

Toplumsal cinsiyet rollerinin kültürel olduğu, zamanla değiştiği, yeniden yorumlandığı, tekrar edildiği özetle inşa olduğu farklı bağlamlarda tartışılmaktadır (Butler, 2008; Sancar, 2009; hooks, 2018; Connell, 1998). Üstelik tek tek bireylerin deneyimleri söz konusu olunca meselesinin bir ağa dönüştüğü, tartışmanın yapısal kurumsal devasa bir tartışma alanına evrildiği gerçeğiyle karşılaşırız. Hal böyle olunca erkekliği konuşmak veya tartışmak her zaman hoşumuza gitmeyen daha açık bir ifadeyle hatırlama ve unutmaya biçimlerini karşımıza çıkarmaktadır. “52 Erkek 52 Hafta” yazı dizisinde de çeşitli hatırlama ve unutmaya biçimleriyle karşılaşırız. Yazı dizisinde Kopan’ın aktardığı anıda⁸ bunu açıkça görmek mümkündür: “Yıllar yıllar sonra, babamla o günü konuşmak istedim. O anda neler hissettiğimi merak ediyordum. Hatırlamadı. Maça gidişimizi hatırladı da, stadyumdan neden ve nasıl çıktığımızı hatırlamadı. Bir erkeğin zihni, başka erkeklere “yenik düştüğü” anları siliyordu demek ki” (6 Yekta Kopan, Konum 17). Bu anı erkekliğin, bireylerin hatırlama ve unutmaya deneyimlerine nasıl sızdığını anlatan çarpıcı bir örnektir. Zira erkeklik tek başına bir yapıp etme süreci olmaktan çok “öteki erkeklerin dikkatli incelemesi” altındadır (Kimmel, 2013: 97). Hatta hooks’un deyimiyile “[a]taerki gelenekler erkeklere bir tür duygusal Stoacılık öğretir” (2018: 20). Öyle ki duyguları ifade etmek yerine unutmak ya da önemsizleştirmek daha makbul bir davranıştır.

Yazı dizisinde eril iktidarın iş yaşamına, aileye, eğitime ve genel olarak kültüre sızan yönü hem mikro ölçekte deneyimlerle hem de makro ölçekte yapısal eşitsizliklerle örneklendirilmektedir. Bourdieu’nün (2015: 71) ifade ettiği gibi erkeklik, ilişkisel bir meseledir ve bu nedenle sadece kadınların eril şiddet hakkında konuşması yeterli görünmemektedir. Ancak erkeklerin, erkeklik veya şiddet hakkında konuşmaları ve deneyimlerini paylaşmaları çok kolay olmamaktadır. Çelenk’in ifade ettiği gibi “[e]rkekler gerçek hikayeler anlatmaları, gerçek sohbetler yapmaları, gerçek ilişkiler kurmaları için cesaretlendirilmeli bence. Kadınların, çocukların ve dünyanın iyiliği için erkekler gerçek konuşmalara teşvik edilmeli” (2019). Yazı dizisinde de kadına yönelik şiddet tartışmaları genellikle sorgulama veya yüzleşme şeklinde ifade

⁸ “...Beş dakika sonra atılan gole sevinmemizle fırtına kopuyor zaten. İki kişi üstümüze yürüyor, biri “Dua et yanında çocuk var,” diyor, bir başkası üstümüze tükürüyor. Babam kıpkırmızı oluyor. Bir yandan beni tutuyor, bir yandan içinde “beyler, lütfen, ayıp” kelimelerinin geçtiği cümleler kuruyor. Aralarında bir itişme oldu mu, savrulan küfürler neydi hatırlamıyorum. Tek hatırladığım maç bitmeden stadyumu terk ettiğimiz...” (6 Yekta Kopan, Konum 15)

edilmektedir. Daha çok konuşmanın önemi vurgulanmasına rağmen konuşmak, neredeyse başarılamayan bir amaç olarak ortada durmaktadır. Örneğin Çelikkan'ın "[k]onunun kendi yetmezmiş gibi böyle bir konuda ilk yazıyı yazacak erkek olmayı kabul ettiğim için delirmiş olmalıyım ama delirmedim!" (1, Konum 4) şeklindeki ifadesi, erkekliğin nasıl da doğallaştırılmış olduğunu ve bireyin deneyimini içeren bir sorgulama/yüzleşme meselesi olduğunu gözler önüne sermektedir. Yazı dizisinde yüzleşme ve sorgulama çerçevesinde tartışılan deneyimler erkeklere hem değişim hem de konuşma çağrısı yapmaktadır;

"Bütün erkeklere sesleneyim, bu "sorgulama" kampanyasına katılın. Her birimiz bulduğumuz yerden mutlaka bir işe yararız" (3 Tuğrul Eryılmaz, Konum 44).

"O yüzden biz erkeklere düşen kendimizle, kendi erkeklik hallerimizle samimiyetle yüzleşmek ve kadınları hayatın her alanında eşit, özgür ve bağımsız birer birey olarak görmemizi engelleyen tüm yargı ve eylemlerimizden kurtulmak" (45 Kıvanç Sezer, Konum 12).

"Kendimi kontrol etmeyi öğrenmem, hak olarak gördüğüm şeylerin bir tür toplumsal cinsiyet eğitiminden geldiğini anlamam, bunları sorgulamaya başlamam çok zaman aldı. Çözdüğümü de söyleyemem" (1 Murat Çelikkan, Konum 3).

Yazı dizisinde erkeklerin konuşması veya konuşmaya teşvik edilmesi sadece kadına yönelik şiddet meselesini tartışmak için değil eşitsizliklerle kurulu bütün toplumsal hayatı işaret etmektedir. Yazı dizisinde erkeklerin sorgulama yapmasının geniş alanları kapsadığına dair şu örnekler verilebilir;

"Dünden bugüne miras bu erkeklik gösterilerini sorgulamadan, cinsiyetçiliğin sürekli ve yeniden üretim merkezi olarak futbolu, ergenliği eleştirmeden bir yere varmak zor" (23 Bağış Erten, Konum 26).

"Rahatsız mı oldunuz? Dedim ya, yalnızca yaptıklarımızla değil, hayal dünyamızı dolduran günahlarla da yüzleşmek zorundayız. Kadınları, çocukları erkekliğiyle yok eden her varlığın eylemiyle yüzleşmek zorundayım" (33 Tunca Öğreten, Konum 5).

Yazı dizisinde erkeklik ve erkeklikle ilgili durumlar hem yüzleşme hem de sorgulama deneyimleri şeklinde aktarılırken bu deneyimlerin nasıl ve neden sürekli olması gerektiğinin de altı çizilmektedir. Tam bu noktada erkekliğin sahip olunan bir nitelik değil de tarihsel ve değişken olduğunu anımsamak gerekir (Kimmel, 2013: 92; Demez, 2005). Aşağıdaki örnekler erkekliğin sürekli bir yüzleşme meselesi olduğunu ifade etmektedir:

"Erkeklikle hesaplaşmayı tamamlamak kolay değil. Biriktirdiğimizi sandıklarımız çok hızlı bir biçimde yok olabildiğinden 'aşım' demek imkansız. Bu, sürekli yeniden yüzleşilmesi gereken bir

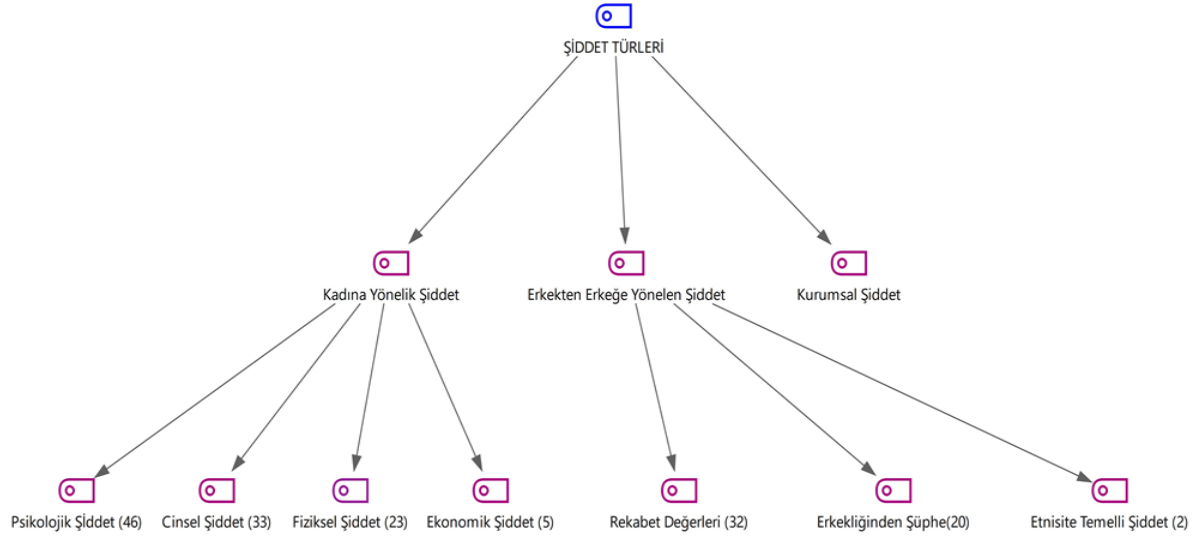
gerçeklik. Karşısında durduğumuzu iddia ettiğimiz şiddeti önlemek için, biz erkekler önce kendi şiddetimizle yüzleşmeliyiz. 'Erkekliği' sorgulama süreci tam da burada başlıyor” (39 Veysi Altay, Konum 29-30).

“Biriktirdiğinizi sandığımız şeyler de çok hızlı bir biçimde ilga olabiliyor. Yani bu açıdan ‘aşım’ diye bir şey yok. Her gün, yeniden yeniden yüzleşmesi gereken bir gerçeklik bu” (26 Fatih Polat, Konum 5).

Erkeklerin yazılarındaki ifadelerinden yola çıkarak yaşanan bir değişim veya krizin olduğunu tartışmak mümkündür. Öyle ki erkekler, değişen değerlerden ve bu değerlerin nasıl da hızlı bir biçimde değiştiğinden söz etmektedir. Fakat bu tartışma çerçevesinde var olan krizi “ataerkil erkekliğin krizi” şeklinde ifade etmek var olan değişimi anlamak açısından önemlidir (hooks, 2018: 46; Sancar, 2009: 115).

Şiddetin Biçimleri ve Yaşandığı Alanlar

Türkiye’de kadına yönelik şiddet veya genel olarak şiddet tartışmalarında ön plana çıkan ve analiz edilen önemli tespitler yer almaktadır. Kadına yönelik şiddet konusunda yapılan çalışmaların verilerine bakıldığında psikolojik şiddetin en yaygın şiddet türü olduğu ve ikinci sırada fiziksel ve cinsel şiddetin geldiği görülmektedir. Son dönemde yapılan kapsamlı çalışmalardan olan *Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddet Araştırması*’na göre Türkiye’de evli olan her 10 kadından 4’ü (%36) yaşamının belli bir döneminde erkekler tarafından fiziksel şiddete maruz kalırken hem fiziksel hem de cinsel şiddet birlikte düşünüldüğünde bu oran %38 olmaktadır. En yaygın şiddet türü ise %44 ile psikolojik şiddettir (Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etütleri Enstitüsü, 2015: 83,92). Bununla birlikte şiddetin erkekten kadına yönelen, ailede gerçekleştirilen ve fiziksel şiddetle sınırlı olan bir mesele olmadığı farklı yaş, eğitim, sınıf ve bölgesel farklılıkların meseleyi katmanlı hale getirdiği açıktır. Yazı dizisinde erkekten kadına yönelen şiddetin yanı sıra erkekten erkeğe yönelen erkek şiddeti ve kurumsal şiddet de tartışılmaktadır.



Görsel 1. 52 Erkek 52 Hafta Yazı Dizisinde Şiddet Türleri

Yazı dizisinde şiddetin deneyimlendiği alanlar sıralandığında aile ilk başta yer almaktadır. Aile içinde kadının şiddet görmesi, aşağıdaki örneklerde de görüldüğü gibi şiddetin sıradanlığı ve yaygınlığı ile ifade edilmektedir.

“Anne ağlar, anne söylenir, anne dövülür, anne ağlar, anne söylenir, baba döver...” (10 Şener Özmen, Konum 16).

“Kadın bizim gölgemiz, metamızdı sanki. Aile içinde de bu tip şiddete tanık da oldum. Sıradandı, olağandı, kızımı, eşini, kız kardeşini dövmek. “Namus namus” diyerek çırpınıp durmak” (9 Atilla Taş, Konum 8).

Yarar, 1970’lerde klasik feministlerin bütün erkekleri güç ve iktidar sahibi olan şiddet uygulayıcılar olarak görmesi nedeniyle ailenin, patriyarkal bir kurum olarak kabul edildiğini hatırlatmaktadır. Bununla birlikte “aile temelli şiddet yaklaşımı çalışmaları” da aile birimini, şiddetin nedenleri farklı olsa da şiddetin yaşandığı bir alan olarak görmektedirler. İşte bu nedenle Yarar “toplumsal cinsiyet temelli şiddet veya kadına yönelik şiddet denilince akla hızla aile içi şiddetin gelmesi tesadüf değildir” diye belirtmektedir (2015: 28). Klasik feminist düşüncenin kadına yönelik şiddet perspektifine eleştiri getiren tartışmalarda, şiddetin bu tek yönlü (erkekten kadına doğru) ele alınışı ön plana çıkmaktadır. Ancak feminist tartışmaların perspektiflerini genişleterek bu önermeyi aştığı görülmektedir. Kadına yönelik şiddet hem çeşitli kurumların dâhil olduğu hem de erkekliğin inşa olduğu gerçeğinden yola çıkarak “eril tahakküm” veya “eril şiddet” gibi kavramlarla ilişkiel bir boyuta taşınmıştır (Yarar, 2015; Özkazanç ve Örsan Yetiş, 2016; Bourdieu, 2015; Walby, 1997).

Erkeklerin çocukluk anlatılarında zamanlarının çoğunu geçirdikleri okul ve boş zaman faaliyetlerinin şiddetten uzak olmadığı görülmektedir. Yazı dizisinde erkeklerin diğer erkeklerle

karşılaşması, “şiddet” ve daha sonraki eğitim dönemlerinde de sıklıkla karşılaşacakları “kadınsılık tehdidi”yle bir arada gerçekleşmektedir.

“Benim çocukluğumda dayak, evde ve okulda çocuk eğitiminin bir parçası olarak kabul edilirdi. Çocukluk ve gençlik, şiddete maruz kalmasanız bile şiddet diliyle yaşadığımız bir dönemdi... Hem de hayatın her alanında...” (20 Mehmet Açar, Konum 10).

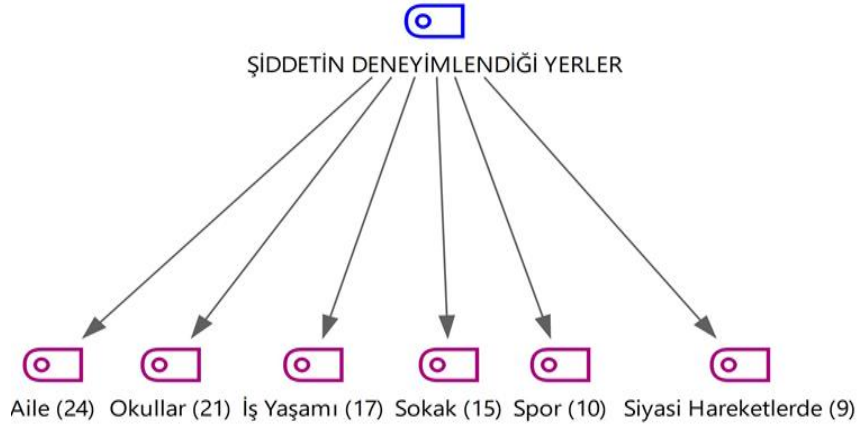
“Sonra o sokaklı, okullu ‘fena’ çocuklarla olan hayat başlar. Dalga geçilir, kulak memesine vurulur, oyuna alınmaz, alındığında habire azar çekilir, gözlükler yere atılır, ağırlık ‘kız’ların oyununa göndermekle ‘tehdit’ edilir. Her sokak oyunu, her teneffüs bir cehennemdir” (28 Tan Morgül, Konum 20-21).

Türkiye’de aile ve yakın ilişkiler içinde şiddeti konuşmak zor olsa da bu konuda kadın derneklerinin, kampanyaların ve kurumsal faaliyetlerin etkisiyle belli bir tartışma imkânın yaratıldığını söylemek mümkündür. Fakat şiddet tartışmalarında iş yerleri, kısmen bu farkındalığın dışında kalmaktadır. İşte yazı dizisinde medya sektöründen yazarların yazıları, medya sektöründeki kadına yönelik şiddet meselesinin ne kadar sıradanlaştığını örneklendirmektedir.

“İş hayatında TRT’den başlayarak Babıali’de geçirdiğim uzun yıllarda da durumun değişmediğine bizatihi tanıklık ettim. Stajyerleri taciz eden yaşını başını almış müdürler gördük...İş arkadaşlarına sırf kadın olduğu için en hafif deyimle tepeden bakan onlarca meslektaşım oldu” (3 Tuğrul Eryılmaz, Konum 39-40).

“Sektöre dönecek olursak kadın gazetecilerin mesleki olarak da ‘kadın’ olmalarından kaynaklı yaşadıkları ayrımcılığın sonu yok. En çok da çalışma arkadaşları, üstleri tarafından şiddete, ayrımcılığa maruz kalıyorlar. Okumuş, eğitilmiş insanların hayatında böyle şeyler olmaz diye hiç düşünmeyin. Pekala da oluyor” (12 Gökhan Durmuş, Konum 15).

“52 Erkek 52 Hafta” yazı dizisinde aile, kadına yönelik şiddetin yaygın biçimde tartışıldığı bir kurumdur. Yazı dizisinde aile, şiddet konusunda ön plana çıksa da erkekler bu sürece sadece fail olarak değil, tanık ve kurban olarak da dâhil olmaktadır. İşte bu bağlamda erkek şiddeti yerine Yarar’ın (2015) belirttiği gibi “eril şiddet” kavramının kullanılması, meselenin çok boyutlu ve ilişkiyel yönüne dikkat çekmesi açısından anlamlıdır. Aşağıdaki görselde çeşitli şiddet deneyimlerinin yaşandığı alanlar sıralanmaktadır.



Görsel 2. 52 Erkek 52 Hafta Yazı Dizisinde Şiddetin Deneyimlendiği Yerler

Yazı dizisinde karşımıza çıkan şiddet türlerinden biri de erkekler arası şiddettir. Erkek erkeğe şiddet, erkeklik kurucu bir deneyimdir. Öyle ki erkeklerin yazılarında şiddet doğru bir davranış olarak kabul edilmese de erkeklik oyununda çoğu zaman devam ettirilmesi tercih edilen bir yol olmaktadır. Bu erkeklik oyununda kadınsılık ve kadınsılık belirtisi olan yürüyüş, davranış ve giyiniş gibi her pratik dışlanmaktadır. Özellikle “erkeklikten şüphe” erkekliğin nasıl da sürekli bir icrayı (performatif) gerektirdiğini hatırlatmaktadır. Bu nedenle erkeklik, var olan farklar üzerinden kurulmakta ve devam ettirilmektedir. Aşağıdaki örnekler, erkekliğin hassas bir denge gibi sürekli gözetildiğini ortaya koymaktadır:

“... Zira şiddetin en acayiplerinden biri olan ‘erkek sürüsü’nden dışlanma korkusu ile hemhal olmak...” (28 Tan Morgül, Konum 24).

“En azından erkekliğin büyük çoğunluğunun iddia ettiği gibi “güçlü, mert, dayanıklı, delikanlı” vs. olmaktan çok, toplum ve en çok da erkekler tarafından idare edilen bir “gibi görünmeye” dayalı olduğunu zamanla öğreniyor insan. Hatta bu gerçek erkek olmanın en temel kurallarından biri ve insan bu gerçeği tek başına değil, bir erkekler grubu içerisinde talim ediyor” (34 Zafer Yılmaz, Konum 12-13).

Kimmel (2013: 96-97) erkekliği “kadınlıktan kaçış” olarak tanımlamakta ve bu sürecin hem cinsiyetçiliğin sonucu hem de temel kaynağı olduğunu belirtmektedir. Aşağıdaki ifadeler, kadınsılıktan kaçışla kurulan erkekliğin nasıl cinsiyetçilikle hemhâl olduğunu örneklendirmektedir.

“Söylemeye gerek var mı; erkek meclisinde fuzuliyat askısına asılan nezakete, bir kadınsılık, ‘dahası’ eşcinsellik şüphesi de yapımıştır”. (27 Tanıl Bora, Konum 24).

“Çünkü biliriz, şiddet sarmalında ‘gücü gücü yetene’dir. O erkek sürülerinde zayıf olan bir ‘boyalı kuş’a dönüşür. Herkesin gücü de ona yeter sonunda. Belki içlerinden biri hatırlar, böyle olmayacağını, böyle gitmeyeceğini” (35 Cem Erciyes, Konum 5).

Yazı dizisinde erkekler arası şiddet deneyimlerinin, erkekliği kurucu bir deneyim olarak ön plana çıkmasının yanı sıra Atay'ın ifadesiyle “erkeklik en çok erkeği ezer” gibi görünmektedir (Atay, 2004). Ünlü'nün ifadesi bu durumu açıkça ifade etmektedir.

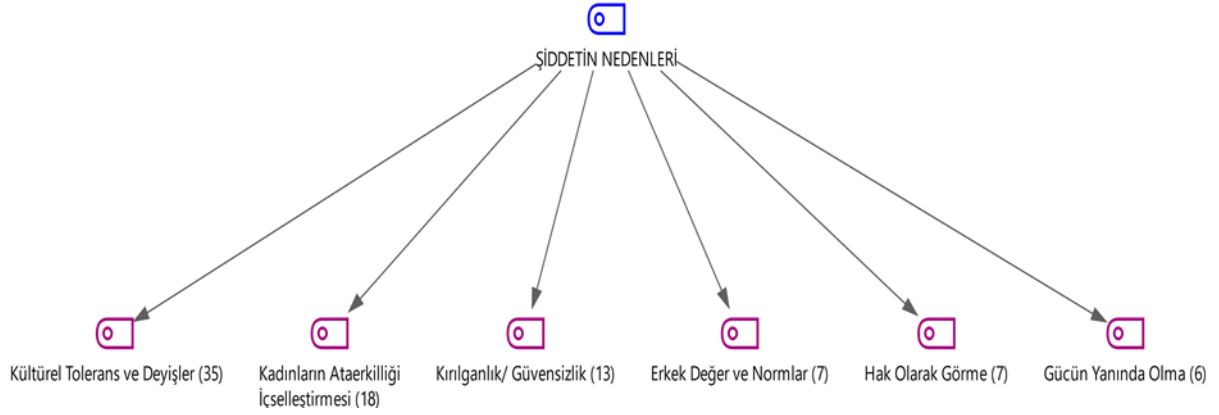
“Erkekler, erkekliğin getirdiği gücü ve erkeklik imtiyazlarını kaybettikçe, böylece çevrelerindeki kadınlarla daha eşit bir ilişki kurdukça, erkekliğin bizzat kendilerini de ezen, katılaştıran, eş zamanlı olarak hem acı veren hem de onları sıradan biri yapan yüklerinden kurtulmaya başladılar” (22 Barış Ünlü, Konum 25).

Kadınların son dönemlerde hem kendi yaşamları için verdikleri mücadele hem de istihdama katılma taleplerinin artması ve bu duruma eşlik eden sosyo-kültürel değişim, ataerkil erkeklik değerlerini çıkmaza sürüklemektedir. Bu değişimler, farklı sınıftan erkeklerin durumunu çeşitli biçimlerde etkilemektedir. Özellikle orta sınıftan erkeklerin durumuna bakıldığında, yakın ilişkilerde eşitlik temelli kurulan bağların önem kazandığı göze çarpmaktadır.

Şiddetin Nedenleri Üzerine Tartışmalar

Kadına yönelik şiddetin nedenleri konusunda tek faktörlü açıklamalar yerine çok faktörlü açıklamalar kapsamlı bir bakış açısı sunmaktadır. Örneğin Kaufman, şiddetin nedenleri olarak “ataerkil iktidar”, “ayrıcılık taşımanın hak olduğu algısı” “onaylama/izin verme”, “erkek iktidarının yarattığı paradoks”, “psişik erkeklik zırhı”, “ruhsal bir düdüklü tencere: erkeklik” ve “geçmiş deneyimler”i sıralamaktadır (Kaufman, 1999). Erkeklerin bakış açısına göre ise şiddetin nedenleri arasında çocukların yetiştirilme tarzı, geleneksel cinsiyet rolleri, erkeklerin evi geçindirme sorumluluğu ve baskısı, kadınların haklarının farkında olması ve erkeklerin var olan değişime ayak uyduramaması gibi birçok faktör sıralanmaktadır. Bütün bu faktörlere bakıldığında, güç ilişkilerinin erkeklerin lehine işlediği ve bu konuda yaygın toplumsal kabulün rol oynadığı bilinmektedir (Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddet Araştırması, 2015: 226). Özellikle eril şiddet söz konusu olduğunda bunun psikolojik ve kişisel temelden çok “şiddeti gerekli, kaçınılmaz ve meşru olarak gören sosyal kurumlar”ın varlığı dikkate alınmalıdır (Sancar ve Göç-Bilgin, 2021: 8).

Yazı dizisinde şiddetin nedenleri hakkında kodlanan bölümlerde *toplumun şiddete karşı toleransının yüksekliği, kadınların ataerkilliği içselleştirmesi ve erkeklerin kırılabilirliği* gibi nedenler ön plana çıkmaktadır. Literatürde sıkça tartışılan erkekliğin bir icra olduğu meselesi ve değişim dönemlerinde (statü ve otorite kaybı, işsizlik ve yoksulluk gibi) şiddetin artması tartışmaları *kırılabilirlik ve güvensizlik* olarak karşımıza çıkmaktadır.



Görsel 3: 52 Erkek 52 Hafta Yazı Dizisinde Şiddetin Nedenleri

Yazı dizisinde şiddetin nedenlerine yönelik, erkeklerin güven eksikliğinin veya kırılganlığın nasıl da şiddete dönüştüğü çarpıcı bir şekilde ifade edilmektedir.

“Aslında ezik olan ve bu yüzden her anını bir gövde gösterisine çeviren, her zaman tehdit altında olduğunu düşünen adamlar. İstikrarı elinde tuttuğunu, tutması gerektiğini düşünen ve bunun aslında erkekliğinin bir kanıtı olarak gören kişi bunu kaybettiğinde köşeye sıkışmış bir hayvan gibi şiddete başvuruyor” (50 Ramin Matin, Konum 38).

“Erkek, korkudan öldürür” (52 Yıldırım Türker, Konum 17) ...”Erkeğin kırılganlığı kendini öfkeyle korur” (52 Yıldırım Türker, Konum 21).

“Çünkü hep şiddetin normal görüldüğü, gerektiğinde şart olduğu fikriyle büyüdüm. Başarılı ya da itiraz eden bir kadın olduğunda “erkek gibi kadın” denilerek aslında kadının kendisine değil de erkeklige güzelleme olduğunu çok sonra fark ettim ya da güçlü olan bir kadın için “devlet gibi kadın” denilerek devletin “büyüklüğüne vurgu yapıldığını çok sonra idrak ettim” (39 Veysi Altay, Konum 11).

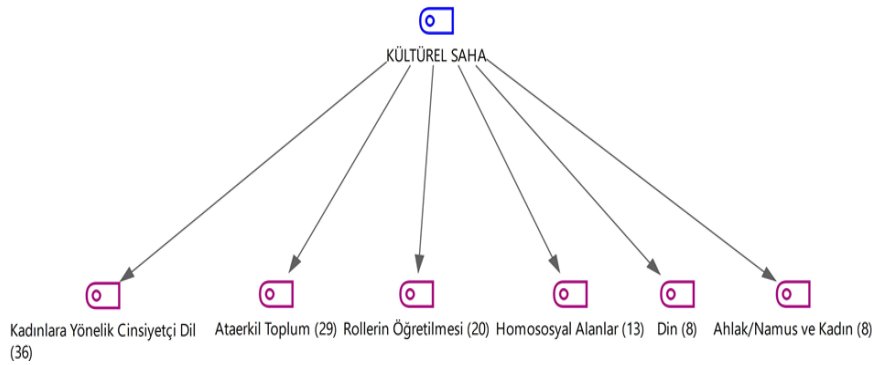
Foucault’nun analizinden hareketle iktidar ilişkilerinin gündelik hayatı kuran temel bir ilişki olduğu ve bu ilişkinin devam etmesinin kadınların katılımına bağlı olduğunu belirtmek gerekir (Stone, 2015: 97). Kadınların katılımı “hükmedenlerin bakış açısıyla” gelişmeye başladığında bu süreç kadının değersizliği ile birleşir (Bourdieu, 2015: 50-51). Yazı dizisinde kadınların iktidarı içselleştirmesinin yanı sıra bu bakış açısını besleyen durum ve toplumsal alan geniş yer tutmaktadır. Aşağıdaki ifadeler bu analizi örneklendirmektedir.

“Kadınlar kendilerine erkek gözü ve gözlüğüyle bakmaktan vazgeçmelidir” (2 Mehmet Eroğlu, Konum 18).

“Erkekliğin var olmaya devam edebilmesi için durmaksızın beslenmeye ve onaylanmaya ihtiyaç duyduğu unutulmamalıdır” (15 Alper Hasanoğlu, Konum 68).

“İsrarla vurguluyorum, önemli olan erkeğin şiddete meyilli olup olmadığı değil, toplumun bu şiddetle ne yaptığıdır” (15 Alper Hasanoğlu, Konum 30).

Yazı dizisinde sosyo-kültürel alan sırasıyla *cinsiyetçi dilin yaygınlığı*, *geleneksel cinsiyet rolleri*, *homososyal alanların varlığı ve ataerkillik* ile bağ kurularak ifade edilirken erkeklik, yaygın bir biçimde şiddet ve güçle ilişkilendirilmiştir.



Görsel 4. 52 Erkek 52 Hafta Yazı Dizisinde Kültürel Sahanın Özellikleri

Erkekliğin şiddetle ilişkisine dair aşağıdaki örnekler, şiddetin erkeklik kurucu bir öge olduğunu ifade etmenin yanı sıra nasıl yıkıcı olduğunu da örneklendirmektedir.

“Şiddetten kurtulmak için erkekten kurtulmak nasıl bir başlangıç olur?” (51 Emre Senan, Konum 17)

“Erkek, erk makinesinin dişlileri arasında sıkıştıkça keser, dağıtır, parçalar, öldürür. Pekiyi erkeğin özgürleşmesi nereden başlar?” (52 Yıldırım Türker, Konum 5)

“Bir türün adeta kendi kendini ıslah ve yok etmek için geliştirdiği formül, bir nevi besin zehirlenmesi: Erkeklik ve onun en ‘has’ evladı şiddet. Kusmayı öğrenmekle başlayacak her şey!” (28 Tan Morgül, Konum 5)

Şiddetin nedenleri hem yapısal hem de bireysel özellikleri içeren çok faktörlü bir tartışmanın konusudur. Yazı dizisinde şiddetin nedenleri üzerine analizler, sorunun çoğu zaman sahipsiz kaldığı bir tartışmaya dönüşmektedir. Sünbuloğlu’nun (2019) belirttiği gibi bunun nedeni bazen kapitalizm veya faşizm gibi bazı konuların ön plana çıkarılarak erkek şiddeti gibi temel tartışma konularının odağının değiştirilmesidir. *Şiddet Üzerine* adlı ünlü kitabında Arendt, “hiddet” ve “şiddet” üzerine yazarken insanın değiştirilebileceğini sezip değişmeyen durumlar karşısında insanın hiddetlendiğini belirtmektedir. Ancak asıl önemli vurgusu, hiddet ve şiddetin asıl yönelmesi gereken nedenler yerine, ikame nedenlere yöneldiğinde ortaya çıkan durumdur. Arendt, bu durumu örneklendirmek için “hepimiz suçluyuz” şeklindeki siyahların tepkisini soğurmaya amaçlayan ancak şiddeti daha çok harlayan bir örneği verir. “Hepimiz suçluyuz” argümanının

dönüp dolaşıp nasıl sorunu sahihsiz bıraktığını ve bir nevi sorunu konuşmayı imkânsızlaştırdığını örneklendirir. Öyle ki Arendt'in "[h]erkesin suçlu olduğu yerde kimse suçlu değildir" (2018: 77) şeklindeki ifadesi, sorunun sahihsiz kaldığının kanıtı gibidir. Özbay (2019) da yazı dizisinden yola çıkarak "erkekler, erkekliklerinden memnun olmadıklarında hemen edilgenleşiyorlar" şeklinde bir tespitte bulunmaktadır. Özetle yazı dizisinde konu şiddet olduğunda erkeklerin mikro ve makro yapılar arasında gelgit yaşaması tesadüf değildir.

Şiddete Çözüm Önerileri

Yazı dizisinde şiddete çözüm önerisi olarak "kadın hareketine veya kadınlara destek vermek" fikri ön plana çıkmaktadır. Bu kısmen yazarların kadın hareketiyle (siyasi hareketlerde veya Barış Ünlü'nün ifade ettiği gibi akademide kadın hareketiyle tanışma) kurduğu temasla ilişkili olurken kısmen erkeklerin deneyimlerine bağlı olarak gelişmektedir. Yazı dizisinde kadın hareketine destek vermekten cinsiyetçi dili değiştirmeye; erkeklerin sorunu konuşmasından, erkeklerin bu konu hakkında susması gerektiğine kadar çeşitli görüşleri içeren çözüm önerileri sunulmaktadır. Kadına yönelik şiddetle mücadelede bütüncül bir bakış açısı önemlidir. Arruzza, Bhattacharya ve Fraser, #MeToo hareketine ilk desteğin Kaliforniya'daki göçmen kadın tarım işçilerden geldiğini, şiddetin bir biçimi ya da bir alandaki varlığını bitirmenin bütün şiddet biçimleriyle mücadele etmekle mümkün olduğunu hatırlatmaktadır (2019: 52-53). İşte bu çerçevede yazı dizisinin hem işyerindeki hem de özel alandaki şiddeti örneklendirmesi, kadınlara ve kadın hareketine desteği ön plana çıkarması önemlidir.

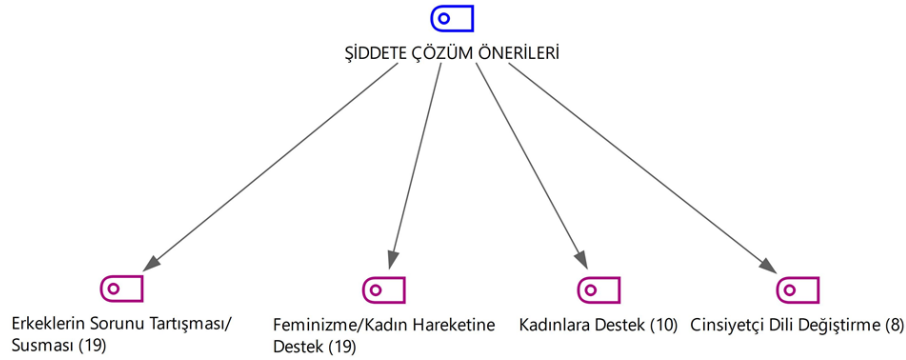
"O gün karar verdim. Aklımı kendime saklayıp kadınlar istedikleri anda yanlarında ya da arkalarında dimdik durup destek olmaya devam edeceğim. Bunu yapmaya da özür dileyerek başlayacağım..." (19 İrfan Değirmenci, Konum 36-37).

"Bu erkeklik biçimiyle mesafelenmeyi, onunla çatışmayı ve ona itirazı dert edinen erkekler olarak ona karşı çıkmak, başka erkekliklerin mümkün olduğunu kendi hayat deneyimlerimizle ortaya koymak, bizlerin yükümlülüğü olsa da kuşku yok ki yeterli değil"(34 Zafer Yılmaz, Konum 35).

"Bu yüzden, aynaya daha fazla bakmamalıyız bana kalırsa. Aksine başkalarının, en fazla da ataerkil düzene karşı örgütlenenlerin sözlerini dinlemeyi öğrenmekle başlamalıyız işe. Hemen şimdi, vakti geldiğinde değil" (25 Fırat Yücel, Konum 46).

"Feminizim ve veganizm, saldırganlığa ve şiddete karşı günümüzdeki belki de en güçlü eğilimleri temsil ediyorlar" (22 Barış Ünlü, Konum 57).

Aşağıdaki görselde erkeklerin şiddete çözüm önerisi olarak neleri ön plana çıkardığı görselleştirilmiştir.



Görsel 5. 52 Erkek 52 Hafta Yazı Dizisinde Şiddete Çözüm Önerileri

“52 Erkek 52 Hafta” yazı dizisine ilişkin değerlendirme yazılarında da tartışıldığı gibi gündelik hayatta veya iş yaşamında “şiddetle karşılaştığımızda ne yaptığımız” şiddetin önüne geçmek veya şiddetin güçlenmesi ve sıradanlaşmasında önemli bir rol oynamaktadır (Sünbuloğlu, 2019). *Değişme İsteği* adlı kitabında bell hooks (2018: 43-44), çok açık ve açık olduğu kadar etkileyici bir örnek vermektedir. Kadına yönelik şiddeti durdurmak gerekir mi? diye sorulsa neredeyse herkesin bu konuya katılacağını belirtmesinin ardından peki bunun için erkeklerin tahakkümünü bitirmemiz gerektiğini söylediğinde herkesin fikri birden değişir. Çünkü ona göre feminist hareketin birçok kazanımına rağmen ataerki hala güçlü bir sistemdir. İşte erkek deneyimlerini tartışmak, toplumsal ilişkilere yayılan iktidar ilişkilerini fark etmek ve değiştirmek için önemli bir başlangıç noktası olmaktadır.

Sonuç

Kadına yönelik şiddet meselesini açıklamaya çalışan analizlere bakıldığında genel olarak üç eğilim belirmektedir. Bunlardan birincisi, şiddet eylemini bireysel olarak ele alıp toplumsal yapıdan ziyade psikolojik ve bireysel özelliklere odaklanan liberal yaklaşımdır. İkincisi, kadına yönelik şiddet meselesini sınıfsal dezavantajın ürünü olarak görüp şiddeti alt sınıftan erkeklerin davranışlarıyla ilişkilendiren yaklaşımdır. Son olarak şiddetin toplumsal olarak şekillendirildiği gibi cinselliğin de şekillenmiş olduğu fikrinden hareketle şiddetin kadınlar üzerinde denetim mekanizması olarak işlediği yaklaşımıdır (Walby, 1997: 203-211). Bu üç geleneğin belli ölçülerde eleştirildiği, genişletildiği ve farklı değişkenlerin hesaba katıldığı bütüncül bir perspektifin ön planda olduğu açıktır (Walby, 1997: 214; Connell, 1998: 33; Kaufman, 1999). Örneğin şiddetin nedenleri kadar şiddetin önlenmesi için kurumların ne yaptığı, kadınların şiddetten kaçınma stratejileri ve dayanışma biçimleri, erkekler arası şiddet ve erkeklerin şiddet deneyimleri gibi birçok faktör hem bireysel hem de sınıfsal eşitsizlikler bağlamında analiz edilmektedir.

Son yıllarda hem Türkiye’de hem de dünyada kadına yönelik şiddet önemli bir tartışma konusudur. Özellikle Türkiye’de kadına yönelik şiddet, kadın hareketinin yarattığı duyarlılığa

rağmen giderek alenileşmektedir. Kadına yönelik şiddeti önlemeye çalışmak için geliştirilen kurumsal mekanizmalar da giderek tartışmalı hale gelmektedir. Bütün bu gelişmelere rağmen Türkiye’de kadına yönelik şiddet haberleri sosyal medyada geniş kampanyalara dönüşmektedir. Böyle bir ortamda kadına yönelik şiddet meselesini erkeklerin deneyimlerini dikkate alarak tartışmak şiddetin ilişkisel boyutunu –toplumsal yaşamın bütün alanlarına çocukluk oyunlarına, eğitim yaşamına, yakın ilişkilere, çalışma yaşamına, edebi ürünlere ve hayallere sızdığını dikkate alarak–örneklendirmesi açısından önemlidir. “52 Erkek 52 Hafta” yazı dizisi, erkekliği bütün yönleriyle olmasa da, şiddetle ilişkisini ortaya koymaya çalışan ve bunu medya aracılığıyla ulaşılabilir ve tartışılabilir kılan bir başlangıç noktası olarak kabul edilebilir. Zira yazarların ifade ettiği gibi erkeklik hakkında konuşmak kolay görünmemektedir.

Yazı dizisinden hareketle makalede şiddetin biçimleri, şiddetin yaşandığı alanlar, şiddetin nedenleri ve şiddete çözüm önerileri ön plana çıkarılmıştır. Yazı dizisi boyunca tartışılan kadına yönelik şiddet ister tanık olunan, ister uygulanan, ister metinlerde ifade edildiği gibi zihinlerin ürünü veya kurgu olsun; benliğin kurucu bir unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Öyle ki yazı dizisindeki örneklere bakıldığında şiddetin olağanlığı, sıradanlığı ve doğallaştırılması hatta bazı mesleklere giriş için vaki-a adiyeye olarak görülmesi söz konusudur. Bu durum Bourdieu’nün üzerinde durduğu gibi iktidarın doğallaştırılmasından kaynaklanan bir gücü olduğunu yeniden hatırlatır. İşte “52 Erkek 52 Hafta” yazı dizisi, erkeklerin deneyimlerinden yola çıkarak, eril şiddeti konuşma ve tartışma fırsatı sunmaktadır.

Yazı dizisinde değinilmeyen neredeyse hiçbir kurum olmamasına rağmen aile, okul ve işyerinin daha fazla tartışıldığı görülmektedir. Erkeklerin profili dikkate alındığında eğitim kurumunun, özellikle üniversite öncesi dönemin erkeklik inşa sürecinde önemli olduğu anlaşılmaktadır. Eğitim döneminden sonra gelen iş yaşamının ise çoğu zaman cinsiyetçi yapıyı sürdürdüğü görülmektedir. Örneğin yazı dizisinde medya sektöründe yaygın ayrımcılık dile getirilirken bunun nasıl sıradanlaşmış olduğunu görmek mümkündür. Yazı dizisinde erkeklerin, kadınların gündelik hayatlarında karşılaştıkları çok yönlü eşitsizliklerin farkında oldukları ve bu eşitsizliklerin kurumlarda devam ettirildiğini görmek mümkündür. Son olarak yazı dizisi kadına yönelik şiddete dair genel bir tartışma bağlamı sunarken; bu deneyimlerin orta sınıftan erkeklerin (kuşaklar arası deneyim farklılıkları olsa da) erkeklik inşa süreçlerini örneklendirdiğini ifade etmek gerekir.

Yazar Notu

Bu çalışma ilk defa I. Uluslararası Akdeniz Kadın Çalışmaları Kongresi'nde (21-23 Ekim 2021) sözlü olarak sunulmuştur. Makaleyi hem okuyup katkı sunan hem de MAXQDA programında yardımını esirgemeyen Ayşen Utanır Karaduman'a müteşekkirim.

Kaynakça

- Alikılıç, Ö. Baş. (2019). Dijital feminizm: hashtag'ın cinsiyeti. *Fe Dergi*, 11(1), 89-111.
- Altınay, A.G. ve Arat, Y. (2008). *Türkiye'de Kadına Yönelik Şiddet*. 2. Baskı. İstanbul: Punto Baskı Çözümleri.
- Arendt, H. (2018). *Şiddet Üzerine*. İletişim Yayınları: İstanbul.
- Arruzza, C., Bhattacharya, T. ve Fraser, N. (2019). *% 99 için Feminizm: Bir Manifesto*. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Atay, T. (2004) "Erkeklik" en çok erkeği ezer!". *Toplum ve Bilim*, 101, 11-30.
- Berlant, L. (2008). *The Female Complaint: The Unfinished Business of Sentimentality in American Culture*. Duke University Press.
- Bolak Boratav, H., Okman Fişek G. ve Eslen Ziya H., (2017). *Erkekliğin Türkiye Halleri*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Bora, A. ve Üstün, İ. (2005). "Sıcak Aile Ortamı" Demokratikleşme Sürecinde Kadın ve Erkekler. İstanbul: TESEV Yayınları.
- Bourdieu, P. (2015). *Eril Tahakküm*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Butler, J. (2008). *Cinsiyet Belası Feminizm ve Kimliğin Altüst Edilmesi*. İstanbul: Metis yayınları.
- Connell, R. W. (1998). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar Toplum, Kişi ve Cinsel Politika*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Connell, R.W. (2019). *Erkeklikler*. Ankara: Phoenix Yayınları.
- Çelenk, S. (2019). *Bana gerçek bir hikaye anlatır mısın?* <https://bianet.org/bianet/kadin/204815-bana-gercek-bir-hikaye-anlatabilir-misin>, Erişim tarihi: 03.12.2019.
- De Beauvoir, S. (2019) *İkinci Cinsiyet: I. Olgular ve Efsaneler*. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

- Dede Özdemir, Y.(2015). Taciz anlatılarında cinsiyetçi söylemlerin yeniden inşası: #sendeanlat. *Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 2(2), 80-103 ISSN: 2148-970X. DOI: <https://doi.org/10.17572/mj2015.2.80103>.
- Demez, G. (2005). *Kabadayıdan Sanal Delikanlıya Değişen Erkek İmgesi*. İstanbul: Babil Yayınları.
- Fotopoulou, A. (2014). Digital and networked by default? women's organizations and the social imaginary of networked feminism. *New Media Society*, 1-17.
- Hacettepe Nüfus Etütleri Enstitüsü (2015) *Türkiye'de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması*. Ankara: Hacettepe Nüfus Etütleri Enstitüsü.
- hooks, b. (2018). *Değişme İsteği Erkekler, Erkeklik ve Sevgi*. İstanbul: Bgst Yayınları.
- Kalafat, H. (2018). *52 Erkek 52 Hafta*. <https://bianet.org/bianet/kadin/193117-52-erkek-52-hafta> Erişim tarihi: 03.12.2019.
- Kaufman, M. (1999). *The 7 ps of mens violence*. <https://michaelkaufman.com/1999/10/the-7-ps-of-mens-violence/> Erişim Tarihi: 09.02.2022.
- Kaya, Ş. (2018). Kadın ve sosyal medya. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17 (2), 563-576.
- Keller, J., Mendes, K. ve Ringrose, J. (2018). Speaking 'Unspeakable Things': Documenting Digital Feminist Responses To Rape Culture. *Journal of Gender Studies*, 27: 1, 22-36. doi:10.1080/09589236.2016.1211511.
- Kimmel, M. S. (2013). Homofobi olarak erkeklik: toplumsal cinsiyet kimliğinin inşasında korku, utanç ve sessizlik. *Fe Dergi*, 5 (21), 91-107.
- Mendes, K., Ringrose, J. ve Keller, J. (2018). #MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism. *European Journal of Women's Studies*, 25(2), 236-246. DOI:10.1177/1350506818765318.
- Messerschmidt, J.W. (2019). Hegemonik Erkeklik Formülasyon, Yeniden Formülasyon ve Genişleme. Ed. Çimen Günay-Erkol ve Nurseli Yeşim Sünbuloğlu, Özyeğin Üniversitesi Yayınları.
- Özbay C. (2019). Erkeklikler Dile Düşünce. <https://bianet.org/bianet/kadin/204780-erkeklikler-dile-dusunce> Erişim tarihi: 03.12.2019
- Özkazanç, A. ve Yetiş, E. Ö. (2016). Erkeklik Ve Kadına Şiddet Sorunu: Eleştirel Bir Literatür Değerlendirmesi. *Fe Dergi*, 8 (2), 13-26. doi.org/10.1501/Fe0001_0000000162.

- Sancar, S. ve Göç-Bilgin, M. (2021). Enhancement Of Participatory Democracy In Turkey: Monitoring Gender Equality Project Phase Iı Men, Masculinities And Gender Equality Mapping And Monitoring Study- Extended Summary, CEİD Publications.
- Sancar, S. (2009). *Erkeklik: İmkânsız İktidar Ailede, Piyasada ve Sokakta Erkekler*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Stone, A. (2015). *Feminist Felsefeye Giriş*. İstanbul: Otonom Yayıncılık.
- Sünbuloğlu, N. Y. (2019). Eşitlikçi Erkeklerin Tahayyül Edilmesi.
<https://bianet.org/bianet/kadin/204648-esitlikci-erkekliklerin-tahayyul-edilmesi-gerekliligi>
Erişim tarihi: 03.12.2019
- TC. Başbakanlık, Aile Araştırma Kurumu (1995). *Aile İçi Şiddetin Sebep ve Sonuçları*, Yayın no: 86, Ankara 1995.
- Walby, S. (1997). *Patriyarka Kuramı*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yarar, B. (2015). “Yakın ilişki içinde şiddet”i feminist bakışla yeniden düşünmek. Şiddetin Cinsiyetli Yüzleri. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 13-51.

Instagramda Kadın Etkileyiciler: Bir Etki Ekonomisinde Ticaretin Kadınsılaştırılması

Women Influencers on Instagram: The Feminization of Commerce in an Influence Economy

Özlem Irmak Balkız*

Öz: Web 2.0'ın geliştirilmesiyle yaygınlaşan sosyal ağlarda, kullanıcıların kendi dijital içeriklerini oluşturmaları mümkün hale getirilerek ikinci kuşak internet hizmetleri hayata geçmiştir. 2014 yılından bu yana reklam endüstrisi ile bütünleşen bir sosyal medya platformu olarak Instagram, çeşitli markalarla işbirliği içinde çalışarak ürün/hizmet reklamı yapan etkileyicilerin doğuşuna da zemin hazırlamıştır. Oluşan etki temelli bir ekonomide etkileyici kişiler kendilerini markalaştırmış ve parasallaştırmışlardır. Bu çalışmanın amacı Instagram'da yükselen etki ekonomisinin ve ticaret ağının sosyo-ekonomik arka planını, işleyiş mekanizmalarını ve cinsiyetlendirilmiş yapısını eleştirel bir perspektifle analiz etmektir. Bunun için belirlenmiş bir katılımcı grubuyla nitel araştırma tekniklerine uygun şekilde derinlemesine görüşmeler yapılmış, ek olarak da araştırmaya katılan etkileyicilerin ürettikleri dijital içerikler incelemeye tâbi tutulmuştur. Katılımcılar etkileyiciliği bir hobi olarak yaptıklarından ve daha fazla kitleye ulaşmanın, tanınır olmanın kendilerini mutlu ettiğinden bahsetseler de bu işi kazanca çevirmeyi önemsemektedirler. Katılımcıları "etkileyici kişi" olmaya yönelten saikler bir yandan özgürlük, otonomi, yaratıcılık ve "sevdiğin işi yap" tarzındaki baskın söylemleri, diğer yandan da geçici ve güvencesiz bir ekonominin bireylere dayattığı "kendi işini kendin yarat" mantığını yansıtmaktadır. Etkileyicilerin reklam veren markalarla iş birlikleri, zaman zaman nakit para üzerinden olsa da, ağırlıklı olarak ürün karşılığı çalışmaktadırlar. Kadınlar açısından etkileyicilik istikrarlı ve yüksek kazançlı bir modeli temsil etmemekte, buna karşın karşılığı ödenmeyen geleneksel kadın işi ile büyük benzerlikler arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kullanıcının Oluşturduğu İçerik, Etki Ekonomisi, İlgi Çekme Ekonomisi, Cinsiyetlendirilmiş Sosyal Medya Üretimi, Girişimci Kadınsılık.

Abstract: Social networks, which became popular thanks to the development of Web 2.0, have enabled individuals to create their own digital contents and introduced the second-generation Internet services. As a social media platform integrated with the advertising industry since the year 2014, Instagram laid the foundation for the emergence of influencers advertising products/services in cooperation with different brands. In this influence-based economy, influencers are branding and monetizing themselves. The present

* Doç. Dr., Aydın Adnan Menderes Üni. FEF, Sosyoloji Bölümü. E mail: balkiz92@yahoo.com, obalkiz@adu.edu.tr,
ORCID: 0000-0002-8664-6800.

study aims to analyze the socioeconomic background, operation mechanisms, and gendered structure of this influencer economy and trade network, which arise in Instagram, from a critical perspective. For this purpose, in-depth interviews are conducted with a determined sample group in accordance with the qualitative research methods. In addition, the digital contents created by the influencers in the sample are analyzed. Although the participants are doing influencing as a hobby and they state that reaching a larger population and being recognized make them feel happy, they also find it important to capitalize this job for them. The motives encouraging the participants into being influencer are freedom, autonomy, creativeness, and narratives such as “do the job you love” on one hand and the logic “create your own business” imposed by temporary and unsecured economy to individuals on the other hand. Regarding their cooperation with advertiser brand, they mainly work for product although they sometimes earn cash. Being influencer does not seem like a stable model offering a high level of income, but it is very similar to the traditional female works, for which no payment is made.

Keywords: User Generated Content, Influencer Economy, Attention Economy, Gendered Social Media Production, Entrepreneurial Femininity.

Summary

The main subjects of the present study are the conditions emerging the “influence economy” or “attention economy” in which the social media influencers play a determinant role, the functioning mechanisms of this micro-economy, and the contents for women. The present study aims to theorize the socioeconomic background, functioning mechanisms, and gendered structure of trade network and influencer economy in Instagram based on the user-based content and social networks becoming more popular with the development of Web 2.0, as well as analyzing them using findings from the literature.

In the present study, by making use of their own experiences and practices, a qualitative research method is used for analyzing how the female influencers are articulated through the contents they create on Instagram and how they create a micro-economy on this platform. In this study, in-depth interviews are planned for participants by using semi-structured interview form. Besides that, the contents in post, story, and video formats shared on Instagram by participating influencers and the “highlighted” stories are analyzed as a part of this study. However, the findings obtained from the interviews with participants are considered primarily and the analysis of shared contents contributed to the research process.

Some of the findings obtained from the research are as follows: the participants considered in a group identified as ‘micro influencer’ are aware that they are not in the ‘mega or macro influencer’ category in terms of professionalism and number of followers. On the other hand, they mainly identify themselves as ‘influencer’ and show determination to increase the number of their

followers and to reach a larger audience. Although the participants are considering being an influencer as a hobby and they state that reaching a larger population and being recognized make them feel happy, they also find it important to capitalize this job for them. The motives encouraging the participants into being influencer are freedom, autonomy, creativeness, and dominant narratives such as “do the job you love” on the one hand and the logic “create your own business” imposed by temporary and unsecured economy to individuals on the other hand. Stating that they communicate the brand, which they cooperate with, through agencies operating as mediating institutions, influencers cannot work without an agent and independently because of their low number of followers and professionalism. After being approved by companies, they add product links to their posts and begin advertising/promoting. In parallel with the product and/or campaign that the company aims to highlight in the project, participants place the special requests into their channels as advertisement by adapting them into their concepts and styles. Participants, who are promoting the products of different companies and expressing their satisfactions, state that they gain 3-4% revenue from the sales of products sold to customers, who have scrolled the page up, been to the link, and purchased via their own ID. Participants, who express that they make contracts over cash payment or product while cooperating with advertising companies, sometimes receive cash payment but they emphasize that they generally work for the product. In an environment, where the companies they cooperate with take the lion's share from the sales, the participants, who are affected by various deductions by agencies and the government, state that they cannot earn high profits from their work.

The concept of feminization of influencers within the scope of gendered social media production may have meanings for women such as self-enterprise, autonomy, expressing oneself freely, and increasing the visibility/recognition. It may also lead women to challenge the patriarchal values and working styles. However, within the frame of the participants in this study, their inability to high-revenue cooperations and to work independently lead them to experience influencers' temporary, unsecure, and low-revenue aspects. From this aspect, influencers' that has important similarities with traditional unpaid woman jobs of patriarchal capitalism creates an environment of uncertainty, in which all the risks are normalized for women.

Giriş

İlk kez 2010 yılında mobil bir uygulama olarak geliştirilen Instagram, son dönemlerin en yoğun kullanılan sosyal medya platformlarının başında gelmektedir. Facebook tarafından satın alındıktan sonra video ekleme, sponsorlu içerikler, işletme hesabı, hikâye özelliği ve kamera filtreleri gibi özelliklerin eklendiği Instagram, bambaşka bir uygulama haline getirilmiştir (BTM,

2019). Bu dönüşümün ardından reklam endüstrisi ile bütünleşen platformda, farklı alanlarda (moda, stil, makyaj, dekorasyon, kişisel bakım, yemek ve sunum vb.) ürettikleri dijital içeriklerle takipçi kitlesini etki altına alabilen kişiler olarak etkileyiciler (influencer), belirli türde ürün ve markaların tanıtımını üstlendiler. Esasında sıradan sosyal medya kullanıcısı olarak Instagram'da yer alan bu kişiler, zaman içinde takipçi sayılarına istinaden paylaşım ve etkileşim oranlarını da arttırarak "Instagram ünlüsü" statüsüne eriştiler. Kendi içeriklerinde belirli ürünleri tag/hashtag kullanarak etiketleme yoluyla takipçilerini reklam veren şirket ve markalara yönlendirdiler. Ticarileşmiş sosyal medya, kullanıcılar ve markalar arasındaki ticariticari ağ da bu şekilde kurulmuş oldu. Geleneksel reklamcılık pratiklerinin tersine etkileyiciler, takipçileriyle "yakın", "samimi", ama daha da önemlisi "sahici" ilişkiler geliştirerek ürün tanıtımı yapmaktadırlar. Kendi online karakterlerine en iyi biçimde uyum sağlayabilecek ürünleri hedefleyerek ürüne ilişkin bilgi ve deneyimlerini duygusal hikâyeler, yaratıcı videolar ve etkileyici fotoğraflarla sunan etkileyicilerin, düzenlenmiş bir içerik üzerinden "tasarlanmış bir sahiçilik ve amatörlüğü" sergilemeleri ticari başarılarını belirlemektedir.

Kullanıcı içeriklerinin bir reklam kanalı haline dönüştürülerek platformdaki mübadele döngüsüne eklemeli olduğu etki ekonomisi, takipçi sayılarının, tıklanma, beğeni ve yorumların dikkatlice ölçülüp nicelleştirilmesiyle işlemektedir. "Etki" kavramının merkezde olduğu online bir "dikkat çekme ekonomisi"nde, indirilen verilerin ölçülmesi ve popüler beğenilerin tanıtımı gibi reklam ve sıralama taktiklerinden türeyen algoritmik bir yönlendirme mevcuttur. Algoritmik tarzda oluşturulmuş "keşfet" bölümü, kullanıcıları platformun yerli reklamları üzerinden reklamların hedefi durumuna getirir. Genelleşmiş bir değer yaratımı açısından dijital bir "sosyal fabrika" olarak nitelendirilebilen Instagramda "özgür emek gücü" olarak kullanıcıların ürettikleri içerik bir metadır; bu meta üretimine rağmen kullanıcılar platform tarafından ücretlendirilmezler. Ancak bundan daha önemli olan husus, sistemin iktisadi mantığının, kullanıcıların istatistiksel bir ürüne dönüşmüş bilgilerine dayanıyor olmasıdır. Kapitalist bir kültür endüstrisinin parçası olan Instagram, yalnızca ürün pazarlayan bir platform değil, aynı zamanda haklarında değerli bazı verilerin biriktirildiği devasa bir kullanıcı kitlesini de şirketlere pazarlayan bir platformdur. Dünya çapında 6 milyar dolarlık bir pazar payına sahip olduğu belirtilen Instagram pazarlaması, pazarlama projesinde yer alan etkileyici ya da içerik üreticisi tarafına kazanç olarak yansırken markaya hem kazanç hem bilinirlik sunmaktadır (Karahasan, 2021).

Ancak neoliberal bir kendini markalaştırma, otonomi, özgür seçim gibi retoriklerle güçlendirilmeye çalışılan ve bir "yaratıcı endüstri" olarak tanımlanan etki ekonomisi, aşırı derecede kırılabilir, geçici, güvencesiz ve istikrarsız bir yapıdan kendisini yalıtamaz. Sosyal medya üretiminin cinsiyetlendirilmiş karakteri de dikkate alındığında etki endüstrisi, geleneksel kadını

alanlarda istikrarsız ve güvencesiz çalışmayı empoze eder, dönemsel olarak ekonomik kazanç sağlasa da uzun vadede işsizlik, belirsizlik ve psikolojik hasara sebep olabilir. Geleneksel ve gizil “kadın-ışi”ne benzer yönleriyle karşılığı ödenmeyen ve sömürüye maruz kalan kadın emeğini içerir. Buradan hareketle bu çalışma, Web 2.0’ın gelişimiyle yaygınlaşan sosyal ağlar ve kullanıcı temelli içerik bağlamında, Instagramda kadın etkileyiciler üzerinden yaratılan mikro ekonomiyi eleştirel açıdan ele alarak analiz etmeyi amaçlamaktadır. Sosyal medya etkileyicilerinin belirleyici rolde olduğu “etki ekonomisi” ya da “dikkat/ilgi çekme ekonomisi”ni ortaya çıkaran koşullar, bu mikro ekonominin işleyiş mekanizmaları ve kadınlar açısından içerimleri bu çalışmanın ana konularını oluşturmaktadır.

Etkileyiciler Küresel Çağın Ünlüleri mi Yoksa Pazarlamacıları mı?

Küreselleşmenin en önemli unsurlarından birinin sosyal medya olduğu düşünülmektedir. Sosyal medya platformları, doğrudan değişimi, yeni kavramları ve yeni fikirleri teşvik etmeleri ve kışkırtmaları nedeniyle etki yaratan mecralardır. Bu mecranın önde gelen aktörleri ise sosyal medya etkileyicileridir. Abidin’e göre etkileyiciler “bloglarda ve sosyal medyada hayat tarzlarının ve gündelik yaşamlarının metinsel ve görsel anlatıları üzerinden görel olarak yüksek sayıda takipçi biriktiren, takipçileriyle dijital ve fiziksel uzamlarda bağlantıya geçen ve hatta sosyal medya gönderileri ya da bloglarına reklamlar eklemek suretiyle takipçilerini de ticarileştirerek piyasaya süren gündelik ve sıradan internet kullanıcıları”dır (Abidin, 2016: 1).

Etkileyiciler farklı sosyal medya platformlarında “etkileyici” kimlikleriyle etkin olabilen kişilerdir. Ancak düzenli olarak yaptıkları fotoğraf ve video paylaşımları üzerinden takipçileriyle etkileşimi ve reklam/tanıtım faaliyetlerini organize etmeleri sebebiyle Instagram, etkileyiciler için ana mecra durumundadır. 2010 yılında ortaya çıkan ve son dönemlerin en fazla kullanılan sosyal medya platformlarından biri olan Instagram, esasında mobil telefonlarda kullanılmak üzere tasarlanmış bir uygulamadır. Bu uygulama, algoritmik kullanıcı grupların gönderilerindeki hashtaglerin eklendiği fotoğraf ve videoların paylaşımını, bunları beğenmeyi ve bunlara yorum yapılmasını içermektedir. Instagram, son dönemlerde firmaların kendi reklamları için ödeme yapması aracılığıyla açık seçik bir reklam platformu haline gelmiş olmasına rağmen sözü edilen reklam uygulaması, 2014’e kadar mevcut değildi. Yani bu tarihten önce Instagram, reklamsız bir platform olarak vardı. Ticari engellerle karşı karşıya kalan reklam firmaları ya bireysel hesaplar açmak ya da belirli kullanıcıları, kendi içeriklerini oluşturmaları için kurumsallaştırma yoluna giderek platformun sosyal dokusuna nüfuz etmenin yeni yöntemlerini bulma ihtiyacı duydular. Bu bahsedilen uygulamalardan ikincisini güçlendirecek şekilde Instagram, etkileyici kişi pazarlaması açısından stratejik bir sosyal medya platformu haline geldi. Böylece “etkileyici” olarak

adlandırılan kullanıcılar ise önceden belirlenmiş mal ve hizmetlere ilişkin reklamlar kullanarak sosyal medya hesapları üzerinden takipçi biriktiren “orta çaplı şöhret sahibi kişiler” haline dönüştüler (Aires, 2020: 494). Yine aynı bağlamda ‘bloggerlar’, ‘youtuberlar’ ‘Instagrammerlar’ ya da ‘pinnerlar’ gibi farklı adlarla tanımlanan etkileyiciler, bağlı buldukları dijital platformlardan bağımsız bir şekilde, “yüksek profilli internet ünlüleri” olarak kabul edilmektedirler (Abidin, 2015: 1).

Kuşkusuz etkileyciliğin gelişiminde, medya ve medyatik kültürün belirleyici olduğu küresel/neoliberal bir çağda sıradan insanların daha fazla görünür ve popüler olma, şöhret kazanma eğilimleri de etkili olmuştur. Sosyal ağ sitelerinden önce hâkim durumda olan geleneksel medyada kişiler ve olaylar televizyonda ya da yazılı basında temsil edildikleri biçimiyle görünür durumdaydı. Şöhret ve şöhretli kişi kavramları toplumdaki belirgin konumlarla bağlantılıydı, bu kişiler aktörler, şarkıcılar, futbolcular, komedyenler ve benzerlerinden oluşmaktaydı. Sosyal medyanın ortaya çıkışı geleneksel medya üzerinde etkili olmuştur. Günümüzde yeterli bir teknolojik altyapı sayesinde, herkes Facebook, Instagram, Youtube ya da Periscope gibi sosyal ağ siteleri üzerinden sesini duyurabilme fırsatını yakalamış durumdadır. Özellikle bir Instagram hesabı oluşturmuş olan sıradan insanlar bile meşhur olabileme şansını elde edebilmektedir. Burada önemli olan husus popüler olma ya da şöhret kazanmanın artık belirli uzmanlıklar ya da mesleki konumlara bağlı olmaktan çıkmış olmasıdır. Herhangi bir eğitim düzeyine ya da uzmanlığa sahip olmadan günümüzde sadece Instagram hesapları ve kabarık takipçi sayıları üzerinden popüler ve ünlü hale gelen etkileyiciler açısından temel koşul, günlük yaşamlarından bazı kesitler sunarak takipçilerinin ilgisini canlı tutabilmeleridir (Büyükkuşoğlu, 2017: 26).

İçinde yaşadığımız dijital çağda sosyal medya platformları yalnızca şirketlerin profesyonel olarak ürettiği içeriklere ev sahipliği yapmamakta, sıradan kullanıcılar da takipçilerinin sayısını arttırmak ve onları ticarileştirmek için artan ölçüde profesyonelleşmiş içerikler yaratmaktadırlar. Kullanıcılar tarafından üretilen içeriklerin çoğunluğu sosyal medyadaki etkileyici kişiler tarafından üretilmektedir. Finans, pazarlama ve reklamcılık konularında Amerika’nın ünlü bir iş dünyası dergisi olan Forbes, sosyal medyada etkileyici kişilerin artık birer “marka” olduğunu iddia etmektedir. Sosyal medya etkileyicilerinin şöhret öyküsü, sıradan insanlar açısından “yapmaktan hoşlandığın işi yap” ideolojisini de canlı tutmaktadır. Dijital medyada etkileyicilerin yükselişi, demokratikleşmeyle, otonominin artışıyla ve topluluk oluşturma idealleriyle bağdaştırılmaktadır. Zira medya ve eğlence endüstrisinin tekelindeki kültürel iktidar, gündelik medya kullanıcılarının aktörlük, girişimcilik ve ticari zekâları sayesinde yeniden üretilmektedir (Driel ve Dumitrica, 2021: 66-67). Dünya çapında sosyal medyayı kullanarak kişisel yaşamlarını “etkileyici kişi” olarak dolaşıma sokan genç insanlardan çoğu, geleceğin fenomenleri olarak kabul edilmektedir.

Burada ifade edilen tüm olumlu çağrışımlarla birlikte neoliberal bir kültürel üretimin odağında yer alan etkileyici kişiler, büyük çaplı ekonomik istikrarsızlıkların oluşturduğu bir arka plana karşı “düzenlenmiş” içerikleri sosyal medya üzerinden takipçilerine ileten ve belli başlı markalarla işbirliği yapmak suretiyle kazanç elde eden kişilerdir (Hund, 2019: 1, 2) Son iki yıl içinde markaların sponsorluğundaki etkileyici kişi gönderileri 17.4 milyon oranında (6.8 milyondan 24.2 milyona yükselerek) artış göstermiştir ve piyasa büyüklüğü, 700 milyon dolardan 1.7 milyar dolara yükselmiştir (Veraa, 2019).

İlgi Çekme Ekonomisi ve Etkileyici Kişi Ticareti

Web kameraları, bloglar ve sosyal medya gibi dijital medya teknolojilerini devreye sokan etkileyiciler, ilgi oluşturma ve popüleritelerini arttırma çabalarıyla online performans sergilerler. Çeşitli ticari markalarla iş birliğine gitmek suretiyle ürün ve hizmet tanıtımında bulunuyor olmaları, onların ağ üzerindeki ekonomik mübadele döngüsüne ve ticari ilişkilere eklemlediklerini göstermektedir. Etkileyici kişi ticaretinin gelişimini dört unsur belirlemektedir. Bunlardan birincisi, online mecrada inandırıcı ve ikna edici kimliği ile tanınmak isteyen bireylerdir. İkinci unsur, “sahici kişilikler” ve “düzenlenmiş içerikler” üretme yoluyla sosyal medyada ürün pazarlama hususunda kanıtlanmış bir potansiyele sahip oldukları düşünülen etkileyici kişilerle çalışmak ve bütçelerini sosyal medyaya yönlendirmek isteyen reklam verici şirketlerdir. Üçüncüsü, geliştirdiği araçlar ve kurallarla etkileyici kişilerin ve reklam verenlerin faaliyetlerini yönlendiren sosyal medya firmalarıdır. Dördüncü unsur ise, pazarlama firmaları, yetenek acenteleri ve eğilim belirleyiciler gibi pazarlama ile ilişkili diğer tüm oluşumlardır (Hund, 2019: 1-2).

20. yüzyıl boyunca popüler kültür ve onun bir türevi olarak da “ünlü kültürü” medya yoluyla yaygınlaştırılmıştır. Sosyal medyanın yükselişi ise bu kültürü gündelik hayatın içine sokmuştur. Bu bağlamda, gelişen medya sistemleri ve özellikle “yeni medya” ile etkileyici kişiler arasındaki ilişkileri analiz eden eleştirel kültür çalışmaları da yoğunlaşmaya başlamıştır. Ünlü kültürü ve dijital medya hakkındaki uzmanlık çalışmaları, ünlü kültürü ve ticari ağ arasında özel bir simbiyotik ilişkiye işaret etmekte ve bu ilişkiyi internete has “ilgi çekme ekonomisi”nin (attention economy) bir fonksiyonu olarak tanımlamaktadır. İlgi çekme ekonomisi, 1990’ların internet çağında değişmeye başlayan dünya ekonomik düzenini tanımlamak için kullanılmıştır. Günümüzde artık maddi ürünlerin fabrika temelli kitlesel üretiminin hâkim olduğu geçmişteki dönemden tamamen farklı bir döneme geçilmiştir. Yeni ekonomik kavramlar ışığında düşünüldüğünde internet, bilgi ekonomisinin en temel bileşenini oluşturmaktadır. Klasik ekonominin mantığı ‘kıtlık’ üzerine kurulmuş olduğu halde bilgi ekonomisi “bolluk” üzerine kurulmuştur. Dijital çağın temel meselesi, ilginin nasıl yönetileceği ya da canlı tutulacağıdır (Hund,

2019: 18). 2000'lerde web 2.0 temelli sosyal medyanın gelişimi, online ilgi çekmenin yeni biçimlerine kaynaklık etmiş ve bu ilgiyi stratejik biçimde kullanmayı olanaklı hale getirmiştir. Yeni medya teknolojileriyle bağlantılı bir biçimde kamusal görünürlük, kişisel markalaşma ve performans ölçümleri, profesyonelleşmenin ön koşulları haline gelmiştir. Web kameraları yoluyla kendi yaşamlarını yayınlayan ve böylelikle kalıcı bir takipçi kitlesi kazanan erken dönem internet kullanıcılarının mikro-ünlüler olarak kamusal bir kişilik oluşturma ve online takipçi kitlesi yaratma pratikleri, önem kazanmaya başlamıştır. Çok sayıda takipçi biriktirme ve bu kitleyi ekonomik amaçlara uygun biçimde kullanma eğilimi, ilgi çekme ekonomisinin temelini oluşturmuştur (Hund, 2019: 19). Reklam ve pazarlama şirketleri açısından son derece önemli bir faktör ve ayrıca ölçülebilen ve nicelleştirilebilen bir ürün olarak “etki”, tek başına ün ya da şöhretin yerini almış, bir tür sosyo-ekonomik sermaye haline gelmiştir.

Etkileyiciler takipçi kitleleri üzerinde önemli düzeyde etki yaratabilen ve kanaat oluşturabilen failer olarak sosyal medya ve ticaret arasında her geçen gün güçlenen bir ilişkinin sembolü haline gelmişlerdir. Son dönem teknolojik gelişmeler, etkileyici kişilerin oluşturdukları içeriklerle takipçilerin alışveriş edebilme kapasitelerini kusursuz biçimde bütünleştirmiştir. Etkileyici emeğinin hangi ölçüde parasallaşacağı, onların ürettiği içeriklerle ne ölçüde ilgi çektiklerine bağlıdır. İlgi temelli bir ekonomide ilgi, sermaye gibi işlev gören ve bir kez ölçüme tabi tutulduğunda piyasalaştırılıp finansallaştırılan sınırlı ve çok değerli bir kaynak durumundadır (Drenten, Gurrieri ve Tyler, 2019: 2). Reklamcılık uzmanlarının ‘post-reklam dünyası’ olarak adlandırdıkları bir dünyada tüketiciler artık dümdüz reklamlarla ilişkisini kesmiş ya da onlardan kaçınır duruma gelmişlerdir. Etkileyiciler ticari firmaları temsil ederek topluma mesaj iletmenin hayati araçlarını sağlamaktadırlar. Takipçiler ya da müşteriler, alışveriş sürecinde fikirleriyle kendilerine yardımcı olabilecek, zamanlarını, paralarını ve enerjilerini kontrollü bir biçimde kullanmalarını sağlayabilecek ve ayrıca hoşça vakit geçirebilecekleri insanların arayışı içerisindeyler. Sosyal medya üzerinden gerçekleşen etkileyici kişi pazarlaması, bu arayışların tümüne karşılık vermektedir. Etkileyici kişilerin hayatlarını sosyal medyadan takip eden insanlar, doğru yöntemlerle yürütülen bir etkileyici pazarlaması faaliyetini reklam olarak görmekten ziyade, bu faaliyeti onların yaşamlarının doğal bir parçası olarak değerlendirmektedir. Kaldı ki bu işi bir yaşam biçimi olarak içselleştirenler için durum gerçekten de böyle olabilir. Etkileyici kişiler kendi takipçileri ve onların takipçileri tarafından izlenen sosyal medya hesaplarında çeşitli ürün ve markaların mesajlarını iletcek şekilde sağlam ve güvenilir bir tarzda paylaşımlar yapmaktadırlar. Etkileyici kişi ve takipçi kitlesi arasındaki etki ilişkisi, uzun bir zaman sürecine yayılan, titizlikle beslenen ve geliştirilen bir proje özelliğine sahiptir. Profesyonel etkileyiciler ve takipçileri arasındaki uzun vadeli ilişkiler, günümüzün sosyal dünyasında başarının anahtarı olarak kabul

edilmektedir (Isosuo, 2016: 12-13). Literatürde “hatırlı pazarlama” kavramıyla da tanımlanan etkileyici kişi ticaretinin, düşük bir bütçeyle yaratılmış bir iletişim halkası üzerinden tüketicilerin, yönlendirici fikirlere çok rahat erişebildiği bir “niş pazarlama” yöntemi olduğu belirtilmektedir. Toplumun hemen her tabakasından gelen ve fikirleriyle çevrelerinde bulunan diğer kişilerin satın almaya yönelik tutumlarını etkileyen etkileyiciler, pek çok marka tarafından, dünyaca tanınan ünlülere göre daha çok tercih edilebilmektedirler (Alikılıç ve Özkan, 2018: 50).

2010 yılının başlarında ticari markalar, etkileyiciler ve sosyal medya şirketleri, etkileyici kişilerin sosyal medyadaki varlıklarının daha bütünsel ve verimli bir şekilde ticarileştirilebileceği bir gelecek için birlikte çalışabilecekleri sponsorluk modelleri üzerinde kafa yormaya başlamışlardır. Sponsorluk sistemi, sözgelimi özel bir giyim markasını bir fotoğrafta reklam etmekten daha ziyade bir ayakkabıdan, güneş gözlüklerinden ve el çantalarından ya da fotoğrafı çekilen bir otelden komisyon alınacak şekilde işlemektedir. Sponsorluk sistemi, takipçilerin fotoğraflarda görülen parçaları bulabilmeleri için dışarıdaki e- ticaret web sayfalarına yönlendirilmeleri yerine Instagram gibi bir uygulama içinden alışveriş etmelerini mümkün hale getirir. Bilinen ilk etkileyici kişi ajansı olan *RewardStyle*, Dallas’da 2011 yılında kurulmuş ticari ve sosyal bakımdan etkili bir şirket durumundadır. Şirketin uyguladığı ticari sistem, etkileyicilerin herhangi bir temsilciye ulaşma ya da bir markayla doğrudan irtibat kurma ihtiyacı hissetmeksizin kendi blogları ya da Instagram içeriklerinden para kazanmalarını mümkün hale getirmiştir. *RewardStyle* linklerini kendi oluşturdukları içeriklere yerleştirmek suretiyle etkileyiciler, ortaya çıkan trafikten ve perakendecilerin websitelerine yönlendirdikleri satışlardan komisyon kazanabiliyorlardı. Teknoloji, kullanıcının tarayıcısındaki bir çerezi kaydederek çalışmakta, kişi bir *RewardStyle* linkine tıkladığı anda kendini perakendecinin websitesinde bulabilmektedir. Perakendeci çerezi görmekte ve ardından *RewardStyle*’a komisyon ödemesi yapmaktadır. 2013 yılı itibariyle *RewardStyle*’ın reklam verenleri 155 milyon dolarlık perakende satışa yönlendirilmiş, 2018 itibariyle yaklaşık bu rakam 3 milyar dolara çıkmıştır (Hund, 2019: 91-92).

Abidin’in Singapur’da yaşam tarzı etkileyicileri ile yaptığı saha çalışmasında etkileyici kişilerin çoğunluğu, olası müşterilere ve komisyon karşılığında anlaşma yapan brookerlara kendi portföylerini tanıtmak için ajanslarla kontratlı çalışmaktadır. Üst düzey profesyonel ve kendi ayakları üzerinde durabilen az sayıdaki etkileyici kişi, ajanslardan bağımsız hareket etme yolunu tercih etmesine karşın çok sayıdaki olası etkileyici kişiler açısından ajanslarla çalışmak, “seçilmiş” ve “sözleşme yapılmış” olmak anlamında değerli bir statü sembolüdür (Abidin, 2015: 2). Etkileyici kişi ajansları etkileyiciler ve perakende markaları arasında iş birliği sağlamak amacıyla ölçüm platformları kurarlar. Etkileyici kişilerin yarattığı etkinin düzeyini ve derinliğini ölçmek için metrik alanlar inşa ederler. Sosyal medyadaki parasallaşmanın ilk dönemlerinde “büyük olan daha

iyidir” teorisini destekleyecek şekilde etkileyici kişilerin takipçi sayısına önem verilmekteydi. Ancak daha sonraki evrelerde link tıklama, sayı yapma, takipçilerin izleme, beğenme oranları ya da içeriklerle bağlantılı başka türden dijital ipuçları gibi daha sofistike ölçümler ağır basmaya başlamıştır. Ajanslar bazı durumlarda etkileyici kişiler için yetenek yöneticisi gibi hizmet ederler. Dijital içerik üreticilerine istekli oldukları projelerden para kazanmaları için katkı sağlarlar. Reklam kampanyaları için etkileyici kişileri seçerler, onlar ve ticari markalar arasında anlaşma sağlarlar. Etkileyici kişilerin kendilerini çevrimiçi mecrada sahici bir biçimde ifade etmeleri bu ajanslar için önemli bir kârlılık kaynağıdır. 2000’lerin sonlarından bu yana sözü edilen bu aktiviteler bağlamında hızla gelişen bir endüstri, sosyal medya ekonomisine milyon dolarlar sağlamıştır (Hund, 2019: 1-2; 28). Parasallaşma ve ticarileşmenin yolunu açan nicelleştirme ve sosyal medya ölçümleri (metrikleştirme), kültür üretimini kökten değiştirmeye devam etmektedir. Kültürel üretim ve kültürel emek, para akışına kanalize edilerek kapitalist işletme pratikleri içinde yapılandırılmaktadır (Driel ve Dumitrica, 2021: 81).

Sosyal medyada ölçüm ve nicelleştirme pratiklerinin bir diğer cephesinde de takipçi kitlesi yer almaktadır. İdeal anlamıyla etkileyici bir kişi yüksek sayıda takipçiye sahip olmalı, “gerçekteki yaşamı” ve yaşam tarzını sosyal medya üzerinden sergilemeli, takipçileriyle bağlantı içinde olmalı, önemli organizasyonlarda mükemmel görüntüler vererek ve reklam yaparak para kazanmalıdır. Instagram’ın kullanıcı temelli içeriklere dayalı yapısı dolayısıyla, etkileyici kişilerin takipçileriyle olan ilişkilerinin karşılıklılık ve önem/özen gösterme kurallarına göre belirlenmiş bireysel bir ilişki şeklinde tanımlanması şaşırtıcı değildir. Bu yönüyle aradaki ilişki doğaçlama gelişen ve sahicilik düzeyi yüksek bir ilişki olarak değerlendirilebilir. Ancak kullanıcıların kurumsallaşmış bir etkili kişi statüsü elde edebilmek için düşlenen bir takipçi kitlesini oluşturabilmeleri, büyük ölçüde takipçilerin metalaştırılması üzerinden sağlanabilir (Driel ve Dumitrica, 2021: 73). Ajansların ya da reklam verenlerin gözünde etkileyici kişilerin sahip olduğu değer, takipçilerinin niteliğine göre değişmektedir. Takipçi vurgusu ve onları derecelendirme girişimleri dikkat ve etki ekonomisinin unsurlarıdır. Bu durum, takipçilerini araçsal bir mantıkla tasarlamaları için etkileyici kişiler üzerinde bir baskı yaratır. Takipçilerinin ilgisini daima canlı tutmak açısından en etkin gönderiyi yakalayabilmek ve onların tepkilerini yönetebilmek etkileyici kişiler için hayati bir öneme sahiptir. Ekonomik sermayeyi temsil edecek biçimde takipçilerin tasarlanması, büyütülmesi ve titizlikle ölçülmesi, etkileyici kişilerin sosyal medyada amatör blogger konumundan platformu aşan profesyonel bir marka statüsüne sıçramalarının göstergesidir. Dijek’in bağlantıdan daha ziyade ticari olarak ‘bağlantılı olma’ kavramıyla tanımlanabilecek bir sosyal medya kültürü, kullanıcıların kendi takipçilerini potansiyel olarak paraya çevrilebilir ya da kişisel kazanç için nicelleştirilebilir tarzda görmelerini teşvik etmektedir (Dijck ve Poell, 2013).

Kadın Etkileyiciler ve Cinsiyetlendirilmiş Sosyal Medya Üretimi

Geçirdiğimiz on yıllık süreç moda, güzellik, beslenme, ebeveynlik ve sanat gibi geleneksel kadınsı alanlarda konumlandırılan ve sosyal bakımdan desteklenen yaratıcı üretim kültürlerinin gelişimine tanıklık etmiştir. Özellikle neoliberal bir çalışma mantığına dayalı olarak rutin ev-içi sorumluluklarıyla profesyonel bir işi bir arada yürütmeleri yönünde güdülendirilen kadınların, yaratıcı üretim faaliyetleri yoluyla ekonomik açıdan güçlenecekleri varsayılmaktadır. Kadınların güçlendirilmesi yönündeki popüler söylemler, her geçen gün bireyselleştirilmiş esnek istihdam koşullarını daha çok kutsamaktadır. Dijital medya endüstrilerinde istikrarlı hale gelmiş toplumsal cinsiyet eşitsizliklerine dair bulgular teknolojik yollarla güçlendirme tezine meydan okumasına rağmen, serbest çalışma bağlamında ‘girişimci-anne’, ‘etsy girişimcisi’, ‘blogger-girişimci’ gibi oluşumlar son dönemlerde hızla yaygınlaşmaktadır (Duffy ve Hund, 2015: 2).

2008’de başlayan küresel finansal krizin yarattığı ekonomik dalgalanmalarda milyonlarca kişinin işini kaybetmesi, işsizlikten ağırlıklı olarak kadınların etkilenmesi, serbest çalışma yönündeki eğilimleri güçlendirmiştir. İşsiz ya da eksik istihdam edilen kişilerin çoğu, özellikle de profesyonel yaratıcı işlerin peşinde olanlar, sosyal medya platformlarında yerlerini almak suretiyle bir başka tarzda “çalışma”yı sürdürmüşlerdir. Bu kişiler sanal mecrada ünlü olmak, kitleleri etkileyebilmek umuduyla profesyonel uzmanlıklarını ve kişisel ilgilerini online platformlara yönlendirmişlerdir. Yaygın ve çok derin ekonomik çalkantılar, hayatı bir “piyasa alanı” gibi yaşayan ve kendi kişisel markalarını yaratmak isteyenlerin neoliberal mantığa uygun bir öz-yönetim modelini hayata geçirmelerini kolaylaştırmaktadır (Hund, 2019: 23).

Küresel ekonomik krizin tetiklediği yaratıcı işçilik modelleri ve dijital girişimcilik aynı zamanda cinsiyetlendirilmiş bir karakter de sergilemektedir. Blog yazarlığı, vloggerlık, etkileyicilik gibi sosyal medya üretim sahalarında genç kadınların niçin daha etkin oldukları, kadınların kendilerini markalaştırma süreçleri ve markalandırılmış karakterlerini dijital platformlarda temsil biçimleri analiz edilmeye değer hususlardır. Yapılan bazı araştırmalarda aile, moda, makyaj ve giyim alanlarında dijital içerik üreten kadınların profesyonel işlerinin yanı sıra bu işi de bir hobi olarak sürdürdükleri yönünde bulgular mevcuttur (Driel ve Dumitricia, 2021: 72). Ancak görünürlüğü yüksek ve öz-girişimci bir sınıf olarak etkileyici kişilerin, günümüz koşullarında amatör ruhlu ve hobilerinin peşinde koşan kişiler olmaktan çok, iş planları ve kazançlarıyla birer girişimci durumunda oldukları fikri daha geçerli görünmektedir. Dolayısıyla kadın etkileyiciler tüketici piyasalarındaki kendini markalaştırma pratikleriyle ‘girişimci kadınsılık’ın (Duffy ve Hund, 2015) temsilcileri olarak kabul edilmektedirler. Kendini markalaştırma ya da benliğin markalaştırılması, ticari bir kazanç ve/veya kültürel sermaye elde

etmek için belirgin bir toplumsal imaj geliştirme anlamında kullanılmaktadır. Kendini markalaştıran kişiler, benzersiz bir satış noktası olmanın ya da hedef kitlelerinin ilgi ve gereksinimlerine duyarlı, karizmatik bir toplumsal kimliğe bürünmelerinin yarattığı getirilerden faydalanırlar (Khamis, Ang ve Welling, 2017: 191).

Neoliberal bireycilik, yaratıcı otonomi ve kendini markalaştırma mantığı, son yıllarda gelişmiş olan anne blogları, Instagram videoları, el sanatlarının sergilendiği siteler ve moda blogları gibi cinsiyetlendirilmiş sosyal medya üretim biçimlerini anlayabilmek için elverişli bir arkaplan sunmaktadır. Kendini markalaştırma olgusu, kökleri tüketici piyasalarında bulunan bireysel seçim, özgürlük ve kendini ifade etme biçimlerini kutsayan çağdaş post-feminizmle bağlantılıdır. Post feminizm ve liberalizmin ortaklaştıkları fikirler olarak ‘özgür seçim ve otonomi’ üzerinden ‘hayatlarını tanınır ve anlamlı kılmak için dikkat çekmeye çalışan’ kadın-özneler ön plana çıkarlar. Dijital teknolojileri kullanarak takipçilerinin ilgisini çekmeye çalışan kadın etkileyiciler, kendi markalarını vücutlarını sergileme (bedensel ifşa), etki yaratma ve sahiçilik üzerinden oluşturmaya çaba göstermektedirler (Duffy ve Hund, 2015: 3). Küresel neoliberal kapitalizmin piyasa güçleri ve post-feminist bağlam, ‘katılımcı kültür’ ve ‘kadınların güçlendirilmesi’ kavramlarını parasallaştırmakla yetinmemekte, bu kavramlara ilişkin anlayışları da biçimlendirmektedir (Banetweiser ve Juhasz, 2011: 1771).

Cinsiyetlendirilmiş sosyal medya üretimi yalnızca küresel finansal krizin yarattığı bir ekonomik ortamda serpiyen öz-yönetim ve kadınsı girişimcilikle açıklanabilecek bir olgu değildir. Sosyal medya üretiminin kadınsılaşması, neoliberal kapitalizmde kadın emeğinin içinde bulunduğu koşullarla da ilintilidir. Etkileyici kişi olmak kadınlar açısından geleneksel, patriyarkal çalışma biçimlerinden özgürleşmeyi ve esnekliği getirebilir. Ancak daha çok tanınırlık ve para kazanabilme umuduyla kadın etkileyicilerin zamanlarını, emekgüçlerini ve paralarını yatırdıkları bu türden işler, çoğu zaman güvencesiz çalışmayı romantikleştiren, ödüllendirici ve istikrarlı olmayan, finansal başarıya giden yolda ancak bir sıçrama tahtası olabilecek işlerdir (Driel ve Dumitrica, 2021: 70). Kadınların sosyal medyadaki aktif konumlarının, post-feminist görünürlük, kendini ifade etme ve kitleleri etkileme perspektifinden bakıldığında finansal bir güçlendirme yaratacağı düşünülmektedir. Ancak her türlü riskin normalleştirildiği bir çalışma düzeneğinde karşılığı ödenmeyen ya da çok düşük ücretlendirilen kadın emeği sorunu dijital mecra için de geçerlidir. Kadınların, sosyal platformlardaki tutkulu/hevesli emekleri ile geleneksel yeniden üretici emekleri arasında önemli benzerlikler olduğunu ileri süren Duffy (2017: 9), kapitalizmin çarklarına hizmet etmedeki merkezi rollerine rağmen her iki emek türünün de görünmez olduğuna dikkat çeker. Buradan hareketle dijital tutku emeğini -köklerini patriyarkaya dayandırmak suretiyle- ücretsiz kadın emeğinin kültürel tarihi içinde konumlandırır (Duffy, 2017). Kapitalist

sistemde değeri lenmemiş ve ücretlendirilmemiş faaliyetleri içeren 'kadın işi' nin hayatî bir parçası sayılan duygulanımsal emek, dijital emeğin çağdaş biçimlerini anlayabilmek için anahtar bir kavram durumundadır. Kadın emeğinin esrarengiz ve hayaletimsi hali, dijital ekonomiyle iç içe geçmiş emek süreçlerinin özel niteliklerini analiz etme konusunda canlı bir çerçeve oluşturabilir (Duffy ve Hund, 2015: 3). Markalarla iş birliğine dayalı her tür ticari faaliyet için yaptıkları online paylaşımlarında duygularını da ticarileştirmek durumunda olan etkileyici kişiler uygun bir ruh hali yaratacak şekilde dış görünüşlerini tasarlayarak koşullara göre duygularını coştururlar ya da bastırırlar. Kapitalist değer üretimi, çevrimiçi platformlarda duygulanımların yaratılması ve bunların takipçilerle paylaşılması yoluyla sağlanmaktadır.

Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Araştırmanın Amacı

Web 2.0 teknolojisinin bir ürünü olan sosyal ağlar ve kullanıcı temelli içerik üretimi, ikinci nesil internet hizmetlerini, yani kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak yarattığı bir sistemi tanımlar. Sosyal ağların başarısı, bireyleri cezbedici içerikleri sağlayacak ortamları ve bu içeriği saklayabilecek ve işleyebilecek teknolojik altyapıyı oluşturabilmesiyle ölçülmektedir (Altunay, 2015: 422). Ortak etkileşim, paylaşım, katılımcı kültürün gelişmesi, yaratıcılık ve kendini ifade etme gibi olumlu içerimlerle tanıtılan kullanıcı temelli içerik üretimi, sosyal medya etkileyicilerinin doğuşuna da kaynaklık etmiştir. Bu araştırmanın odağını etkileyici kişiler oluşturmaktadır. Sosyal medya üretimi ve üreticileri, yukarıda ifade edilen özellikleri içermelerinin yanı sıra, dijital mecrada yaratılmış olan ticari bir ilişkiler ağına, ekonomik bir mübadele döngüsüne de eklenmiş durumdadırlar. Sosyal medya platformları, kullanıcılar ve markalar arasındaki bu ekonomik döngünün ana faili etkileyici kişilerdir. Bu sebeple etki ekonomisi olarak adlandırılan ve değeri milyar dolarlarla ölçülen devasa bir sektörden bahsedilmektedir. Bu çalışmanın temel amacı yükselen etki ekonomisinin ve ticaret ağının sosyo-ekonomik arka planını, işleyiş mekanizmalarını ve cinsiyetlendirilmiş yapısını teorize etmek ve alandan elde edilmiş bulgular eşliğinde analiz etmektir.

Konuyla ilgili Türkçe literatür ve yapılmış araştırmalar tarandığında, sosyal medya ve etkileyici kişilere ilişkin çalışmaların çoğunlukla medya ve iletişim bilimleri alanlarında gerçekleştirilmiş olduğu görülmektedir. Bahsedilen konuların daha ziyade reklamcılık ve pazarlama (marketing) bağlamında ele alındığı, Instagram reklamcılığı ile geleneksel reklamcılık arasındaki farklılıklara ve etkileyici kişi pazarlamasının etkilerine odaklanıldığı tespit edilmiştir. Yapılan çalışmaların genellikle betimsel düzeyde kaldığı ve konuyu derinlemesine ele almaktan uzak kaldığı dikkat çekmektedir. Sosyal medya üretimi ve etkileyici kişiler konusunda toplumsal

cinsiyet temelli çalışmalara pek fazla rastlanmadığı halde dijital emek, kullanıcı emeği ve dijital emek sömürüsü bağlamındaki çalışmalarda ise bir artışın meydana geldiği göze çarpmaktadır.

Öncelikle Türkçe literatürde konuya ilişkin eleştirel nitelikte ve derinlemesine çalışmaların yetersiz olması, araştırma perspektifimizin biçimlenmesinde etkili olmuştur. Gereksinim duyulan eleştirel analizler ve teorik yaklaşımlar yabancı literatürden temin edilmiştir. Bu çalışma bir sosyal medya platformu olarak Instagram, etkileyici kişiler ve ticari markalar üçgeninde gelişen bir mikro ekonomiye, kadın etkileyicilerin deneyimleri ve pratikleri (ürettikleri içerikler) üzerinden ışık tutmayı amaçlamaktadır. Etki ekonomisi ve ticaretine ilişkin Türkçe literatürde kapsamlı ve eleştirel çalışmaların göze çarpan yetersizliği bu makalenin konusunu orijinal hale getirmektedir. Teorik bir arkaplana ve alan araştırmasına dayandırılarak gerçekleştirilen bu çalışmanın, sosyal medyada cinsiyetlendirilmiş içerik üretimi ve etki ekonomisi konularında yapılacak yeni çalışmalar için bir başlangıç oluşturacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada kadın etkileyicilerin ürettikleri içeriklerle Instagram üzerinden ticari ağlara nasıl eklemlediklerini, bu platformda nasıl bir mikro ekonomi oluşturduklarını yine onların deneyim ve pratiklerinden hareketle analiz edebilmek için nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Zira Creswell'in de belirttiği gibi nitel araştırma, karmaşık bir konuya ilişkin kapsayıcı bir yaklaşım geliştirmek, bir problemi keşfetmek için en uygun yöntemdir (Creswell, 2013: 47-48). Mevcut çalışmada yarı-yapılandırılmış bir soru formu eşliğinde, etkileyici kişilerin markalarla iş birliği süreçlerini, ürün tanıtımı ve pazarlama faaliyetlerini, çeşitli markalarla çalışma usullerini ve elde ettikleri ekonomik kazancın büyüklüğünü sorgulamak ve buna ilâveten kadınsılaştırmış bir ticaret ağını analiz etmek üzere seçilmiş katılımcılarla derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bunun yanısıra seçilmiş etkileyici kişilerin Instagram'da paylaştıkları gönderi, hikâye, video formatındaki içerikler ve hikayelerinde 'öne çıkanlar' bölümü, araştırmanın bir parçası olarak analiz sürecine dahil edilmiştir. Nitel araştırmacıların genellikle tek bir veri kaynağına güvenmekten çok, mülâkatlar, gözlemler ve doküman incelemesi gibi farklı yöntemlerle veri toplamaları önemli görülmektedir. Literatürde yalnızca paylaşılan içerikler üzerinden yapılmış analizlere dayalı çalışmalar da mevcuttur. Ancak bu çalışmada birincil olarak katılımcılarla yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular dikkate alınmış, paylaşılan içeriklerin analizi ise araştırma sürecine katkı sağlamıştır.

Görüşme yapılacak etkileyici kişilerin belirlenmesi, belirli kriterler çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Sıradan kullanıcıların birer etkileyici kişi statüsüne erişebilmeleri ilk elde kendi hesaplarında çeşitli türden ürünlerin tanıtımını yapmalarına bağlıdır. Belirli marka/markalarla iş

birliği oluşturduktan sonra etkileyicilerin çekiliş yapma, Instagram'ın keşfet bölümüne düşme ve paylaştıkları linkler üzerinden takipçilerini firmaların websitelerine yönlendirme gibi pratikleri yoğunlaşmaktadır. Bu çerçevede etkileyici kişilerin statüleri takipçi sayılarına ve ürettikleri içerik türüne göre farklılaşmaktadır. Blogger, vlogger ya da youtuber gibi içerik üreticisi etkileyiciler bu araştırma kapsamında değildirlir. Bu bakımdan herhangi bir marka/markalarla iş birliği içinde olup düzenli şekilde ürün ve hizmet tanıtımı/yerleştirmesi yapan, takipçi sayısı 10.000-100.000¹ arasında olan kadın etkileyiciler, araştırmanın amacına uygun bir kitle olarak belirlenmiştir. Bazı markalarla iş birliği yapabilmeye asgari takipçi sayısı şartının 10.000 olması ve etkileyici kişi pazarlamasının yoğun olarak 50.000 ve üstü takipçi sayısına sahip etkileyiciler tarafından gerçekleştiriliyor olması, seçilen takipçi sayısı aralığını araştırma için geçerli hale getirmiştir.

Bahsedilen kriterler doğrultusunda görüşme yapılacak etkileyici kişileri belirleyebilmek için araştırmacının kendi Instagram akışında ve/veya keşfet bölümünde tespit ettiği bazı hesaplar takibe alınarak kendilerine görüşme talebi iletilmiştir. Ancak talebe geri dönüş yapan çok az sayıda kişi olduğundan dolayı, ilerleyen aşamalarda hedeflenen katılımcı sayısına ulaşmak için kartopu örnekleme yöntemi benimsenmiş ve bu sayede toplamda 12 katılımcıyla görüşülmüştür. Görüşmeler katılımcıların uygun gün ve saatleri belirlenerek *Google Meet* uygulaması üzerinden çevrimiçi gerçekleştirilmiş ve her bir görüşme yaklaşık 1 saat sürmüştür. Çevrimiçi görüşmeler Aralık 2021'de başlatılmış, Ocak 2022 sonuna kadar tamamlanmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgular değerlendirilirken etik kurallara uygun olarak görüşme sırasına göre her bir katılımcı harf ve rakamla kodlanmıştır. Covid 19 pandemisinin devam ediyor olması ve araştırma katılımcılarının çoğunun uzak kentlerde yaşıyor olmaları, yüz yüze görüşme koşullarını ortadan kaldırmıştır. Nitel bir araştırmada görüşmelerin katılımcılarla doğrudan konuşarak ve onların kendi ortamlarındaki davranış ve hareketleri gözlemlenerek gerçekleştirilmesi gerektiği halde, bu araştırmada görüşmelerin sözü edilen nedenlerden dolayı uzaktan yapılıyor olması araştırmada bir sınırlılık olarak kabul edilebilir.

Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

¹ Takipçi sayılarına göre etkileyici kişiler, Mega, Makro ve Mikro olarak ayrılmaktadırlar. Mega etkileyiciler en az 1 milyon takipçiye sahip ve popüleritelerini genellikle çevrimdışı alanlardan sağlamış olan sporcular, oyuncular, müzisyenler ya da ekran yüzleridir. Çevrimiçi mecradan da fenomenler bu gruba dahildir. Makro etkileyiciler ise derecelendirmede orta seviyede yer almaktadırlar. Bu grup mega etkileyicilere göre pazarlama işlemlerini daha sıklıkla gerçekleştirebilmektedir. Bu grup 100.000-500.000 arasında takipçiye sahip olan bir gruptur. Onlar etkileyici kişi pazarlamasına en uygun kesim olarak kabul edilirler. Markaların bu kişilerle iletişime geçme imkânı daha fazla olmaktadır. Mikro etkileyicilerin yakın takipçileri fazla olmakla birlikte herhangi bir sosyal medya platformu içerisinde 1.000-100.000 arasında takipçileri vardır (<https://www.pushholder.com/influencer-ne-demek-nasil-influencer-olunur/> Erim Tarihi: 07/03/2022).

Bu bölümde alan araştırması için seçilmiş etkileyicilerle yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular ele alınıp değerlendirilecektir. Öncelikle araştırmaya katılan etkileyicilerin sosyo-demografik profilleri irdelenecek, daha sonra çeşitli markalarla kurdukları ticarî işbirliği ağının kuruluşuna, işleyiş mekanizmalarına ve cinsiyetlendirilmiş boyutlarına ilişkin bulgular derinlemesine analiz edilecektir.

Sosyo-Demografik Bulgular

Katılımcıların yaşları, medenî durumları, çocuk sayıları, eğitim düzeyleri, yaşadıkları yer ve meslekî durumları, bu bölümde ele alınarak değerlendirilecektir.

Tablo 1. Katılımcıların Yaşları, Medenî Durumları ve Çocuk Sayıları

Yaş			Medeni Durum			Çocuk Sayısı		
20-24	25-29	30-35	Evli	Bekar	Dul/Boşanmış	Çocuksuz	1	2
3	5	4	7	4	1	2	3	3

Katılımcılardan dördü lise, biri ön lisans, kalan yedisi ise lisans mezunudur. Lise mezunu olan bir katılımcı üniversite öğrenimine devam ederken lisans mezunu olan bir başka katılımcı ise yüksek lisans öğrenimini sürdürmektedir. Katılımcıların görece olarak eğitim düzeyleri yüksektir. Son dönemlerde önemli bir sorun haline gelen “diplomalı işsizlik” olgusu, ağırlıklı olarak kadınları etkilediği için katılımcıların eğitim düzeylerinin işgücü piyasasında karşılık bulup bulmadığı çok önemli bir konu haline gelmektedir. Bu bakımdan bir sonraki soruda katılımcılara meslekleri sorulmuş ve halihazırdaki istihdam durumları ele alınmıştır.

Katılımcılardan altısı İstanbul’da yaşarken üçü İzmir’de, biri Bursa’da, biri Tarsus/Mersin’de bir diğeri ise Iğdır’da yaşamaktadır.

Katılımcıların kendi beyanlarına göre mesleklerini sıralarsak, bunlar: İngilizce öğretmenliği, çocuk gelişimi öğretmenliği, işletmecilik, sosyal bilgiler öğretmenliği, halkla ilişkiler uzmanlığı, bankacılık, sosyologluk, turizmci, iletişim tasarımı gibi mesleklerdir. Buna karşın mesleklerine uygun şekilde istihdam edilmiş katılımcı bulunmamaktadır. Hatta halihazırda aktif olarak bir işte çalışan dört katılımcı mevcuttur. Diğerlerine bakıldığında, biri lisans diğeri lise mezunu iki katılımcı kendilerini “ev hanımı” olarak tanımlarken bir katılımcı çalışma hayatına hiç girmediğini, iki katılımcı daha önceleri çalışıyorlarken bebek sahibi olduktan sonra işlerinden ayrıldıklarını belirtmişlerdir. İki katılımcı uygun proje teklifleri geldiğinde dizi ya da filmlerde rol aldıklarını, bir katılımcı ise sosyal medya danışmanlığı yaptığını dile getirmiştir. Bu beyanlardan da anlaşılacağı üzere görüşme yapılan kadın etkileyicilerin çoğu güvenceli, tam zamanlı ve belirli bir uzmanlığa dayalı işlerde istihdam olamamışlardır. Halihazırdaki işleri ise geçici, esnek, güvencesiz ya da yarı-zamanlı işler durumundadır. Bu araştırma kısıtlı bir katılımcı grubuyla

gerçekleştirilmiş olsa da kadın katılımcıların eğitim, meslek ve istihdam durumlarına ve etkileyciliğin cinsiyetlendirilmiş karakterine ilişkin önemli bulgular sunmaktadır.

Etkileyciliğin Mesleki Konumu, Etkileyicilerin Ticarî Markalarla İşbirliği Süreçleri, Reklam ve Tanıtım Faaliyetlerine İlişkin Bulgular

Kendi Çapımda Etkileyici Kişiyim!

Günümüzün ağ toplumlarında kişisel markalamanın, ağda/bağlantıda kalmanın ve sosyal becerilerin bir iş edinmede ya da mevcut işe uygunluğun değerlendirilmesinde son derece önemli olduğu ifade edilmektedir. Ağ toplumunda yeni bir meslek dalı olarak gelişen etkileyciliğin motivasyon, sahiçilik ve güvenilirlik gibi özellikleri içerdiği ileri sürülmektedir (Veraa, 2019).

Katılımcılara, etkileyciliğin mesleki konumuna ve bu hususta kendilerini bir uzman olarak görüp görmediklerine ilişkin sorular yöneltilmiştir. Katılımcılardan çoğunluğu etkileyciliği “çağın yeni bir mesleği” olarak görmelerine rağmen, bir katılımcı dışında diğerleri bu mesleği icra etmek için gerekli bir uzmanlık eğitimine ya da kursa dahil olmamıştır. Kendinizi etkileyici kişi olarak tanımlar mısınız? Sizi etkileyici kişi yapan özellikleriniz nelerdir? Soruları yöneltildiğinde üç katılımcı dışındaki tüm katılımcılar kendilerini etkileyici kişi olarak değerlendirmişler ve bunu da şu ortak görüşle temellendirmişlerdir: “Belirli bir takipçi kitlesine sahipsem, bu kitleyi hayatımdan paylaşımlarımla, tarzımla ve önerilerimle etkileyebiliyorsam ben de etkileyiciyim”. Bir katılımcı takipçi sayısının çok yüksek olmamasından ötürü kendini ‘gerçek etkileyici kişi kalıbına sokamadığını’ ifade ederken diğer iki katılımcı Avrupa standartlarıyla karşılaştırma yapıldığında ne kendilerinin ne de Türkiye’deki çoğu etkileyici kişinin etkileycilik ölçütleriyle uyuşmadığını dile getirmişlerdir.

‘Türkiye şartlarındaki etkileyici kişiyi şu şekilde açıklayabilirim: markaların projeleri. Gerçekten böyle. Bir marka, bir ajans, bir insanı proje olarak görüp onu yükseltiyor ve biz de onlara etkileyici diyoruz. Avrupa’dakiler gerçekten etkileyici kişiler. Ben yurtdışındaki etkileyicilerin para için tanıtım yaptığını görmedim. Önce ürünü dener ve bu deneme süresi uzundur. Üründen memnun kalmadıysa reklamını yapmaz. Amaç insanlara bilgi vermek. Örneğin şu bardağı bile tanıtırken o bardağın nasıl yapıldığını öğrenip araştırarak reklamını da öyle yapıyor. O yüzden ben de Avrupa’daki etkileyiciler baz alındığında Batılı bir etkileyiciyim diyemem’ (K6).

‘Ben kendimi etkileyici kişiden ziyade bir aracı olarak tanımlayabilirim. Etkileycilik bence beş yüz, altı yüz bin takipçiden sonra ve gerçekten güven sağladıktan sonra oturtulabilecek bir şey. Etkileşiminin çok iyi olmasını gerektirecek bir durum. Ben etkileyici aday adayım diyebilirim’(K7).

Araştırmaya katılanlar gerek takipçi sayıları gerekse de profesyonellikleri itibariyle mega ya da makro etkileyici kategorisi içinde olmadıklarının farkındadırlar. Bu yolda ilerleme arzusu içindedirler ve temkinli de olsa bir özgüvene sahiptirler. Öte yandan ortaya çıkışı Batı ülkelerine dayanan ve yeni medyanın yarattığı yeni bir meslek olarak etkileyicilik, Türkiye'nin özgül koşullarında yeniden biçimlenmektedir. Üst kategorilerde yer alan sınırlı bir kesim dışında kendini 'etkileyici' olarak tanımlayan kişilerin profesyonel ölçütlere uyum gösterip göstermedikleri tartışmalıdır. Ancak 10.000 takipçiye eriştikten sonra sosyal medyanın ticari ağında popüler olmuş bazı markalarla iş birliği yapma şansı elde etmiş katılımcıların etkileyicilikleri tescillenmektedir. Bu noktadan sonra katılımcılar da kendilerini etkileyici kişi olarak tanımlamaktadırlar.

'Gönderi'nin Sabitliği, 'Hikâye'nin Çekiciliği, 'Video'nun Samimiyeti

Katılımcıların Instagram hesapları üzerinden ne zamandan beri ürün tanıtımı ve marka iş birlikleri yönünde faaliyetler yürüttükleri sorgulandığında, bu sürenin farklı katılımcılara göre üç aydan altı yıla kadar değiştiği tespit edilmiştir. Katılımcıların Instagram paylaşımları incelendiğinde marka iş birlikleri çerçevesinde ürün tanıtımı, link ekleme gibi pratiklerini en yoğun şekilde hikâye (story) uygulaması üzerinden gerçekleştirdikleri dikkat çekmektedir.

Sosyal paylaşım siteleri, kullanıcılarının neyi istiyorlarsa onu paylaştıkları, hayatlarının hangi bölümünün görünmesine ya da görünmemesine karar verdikleri bir mecra özelliğine sahiptir. Instagram üzerindeki her bir gönderi, birbirlerinin yerine paylaşılabilir durumdaki olası fotoğraflar arasından yapılmış olan bir seçimdir. Kullanıcı bu seçimi yaparken "çevrimiçi karakter" yaratma amacındadır. Goffman'ın ifade ettiği gibi benliğe ilişkin ne tür bilgilerin yayılacağına karar vermeyi ve kontrol etmeyi içeren bir "algı yönetimi" devrededir (Goffman, 2020). Dijital fotoğraflarla oluşturulmuş gönderiler bir hafıza oluşturmaktan öte başkalarının gözünde bir temsil yaratma ve kimlik oluşturma aygıtlarıdır. İşte bu bağlamda etkileyici kişilerin gönderi koleksiyonu da takipçilerin gözünde yerleşik bir kimlik, benlik ve temsil yaratma amacına hizmet etmektedir. Gönderiler görece de olsa durağan ve sabit yapıdadırlar. Etkileyicilerin paylaştıkları gönderilerde doğrudan ya da dolaylı yollarla ürün tanıtımına pek fazla girişmemeleri, takipçilerinden onay almış bir profil yaratma isteklerinden kaynaklanmaktadır.

Akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla birlikte toplumsal kullanımı dönüşüme uğrayan fotoğraflar, sosyal medya ağlarında hızlı tüketimin nesnesi haline geldiler. Hafıza oluşturmaya da anma deneyimi ile daha az bağlantılı hale gelen fotoğraflar, mevcut anda olup biten şeylerle iç içe geçtiler. Tam da bu bağlamda gündelik etkinliklerin fotoğraflarla ya da birkaç dakikalık videolarla paylaşılmasını sağlayan ve yirmi dört saatin sonunda fotoğraf/videoları otomatik olarak silen Instagram hikâye uygulaması, yaygın bir biçimde kullanılmaya başladı. Gönderileriyle

takipçilerinin gözünde daha sabit ve oturmuş bir kimlik oluşturma çabası içinde olan etkileyiciler, her türden görüntüyü daha çekici hale getirerek anlık tükettiren hikâye uygulamasını reklam ve pazarlama açısından daha uygun bulmaya başladılar. Bu konuda bazı katılımcıların beyanları şöyledir:

‘Instagram hesabımdan günlük olarak story paylaşımı yapıyorum. Bu sayede takipçilerim ile fikir alışverişi yapabiliyoruz ve Instagram hesabım aktif kullanılmış oluyor’ (K12).

‘Ağırlıklı olarak storyler üzerinden çalışıyorum. Çünkü story göz yormuyor aynı şeyi gönderi üzerinden yapsam çok reklam kokuyor ama story öyle değil. Gönderide diyelim ki bir müzeye gitmişim ve onun gönderisini paylaşmışım, ama daha sonraki gönderide bir ürün linki paylaşırsam bu hiç hoş durmaz. Ayrıca story’ler 24 saat, X firmasının indirim linki de bir günlük oluyor mesela. Onu story’de paylaşıyorum ve bir günün sonunda otomatikman siliniyor. İndirimi gönderide paylaşamam. Süresi bitmiş bir indirime insanlar tıklarlarsa sonuç alamazlar. İndirim kuponlarında da aynı şey geçerli mesela. Bir de insanlar story’ye daha çok ilgi gösteriyorlar. Çünkü anlık senin ne yapıp ne ettiğini bilmek istiyorlar. An önemli yani’ (K11).

Bir başka katılımcı, konuya reklam veren firmaların gözünden bakarak Instagram hikâyeleri üzerinden reklam yaptırmanın maliyet boyutunu vurgulamıştır.

‘En çok story üzerinden reklam yapılır, çünkü story’nin ücreti daha düşük, ama bana kalırsa reels videoları daha etkili. Ama reels’in ücretleri çok daha fazla. O yüzden birçok marka story’yi tercih ediyor’ (K6).

Katılımcıların ürün tanıtım kanallarından bir başkası ise Instagram’daki adıyla reels videolarıdır. Etkileyiciler çektikleri videolarda yaratıcılıklarını kullanarak performans sergilemektedirler. Tasarlanmış bir mekânı, içeriği ve kompozisyonu kullanarak kendi sesleri eşliğinde ürün tanıtmak amacıyla çektikleri kısa süreli videolar, takipçilerinin beklentilerini karşılama ve daha çok takipçi kazanma açısından oldukça önemlidir. Katılımcıların incelenen video paylaşımlarından ve konuya ilişkin beyanlarından, tıklanma ve izlenme oranı çok yüksek olan videoların en önemli yönünün video paylaşan kullanıcıyı Instagramın keşfet bölümüne taşıyabilme özelliği olduğu anlaşılmaktadır. Belirli bir izlenme sayısını aştıktan sonra videolar keşfet’e düşerek ‘dünya’ya yayılmaktadır. Çok sayıda kullanıcıya ulaşan bir ürün/hizmet reklamının üretici firmaya daha çok satış olarak döneceği kuşkusuzdur. Bu bakımdan katılımcıların işbirliği içinde olduğu bazı şirketlerin, katılımcıları daha çok reels çekmeleri yönünde uyardıkları da görüşmelerde elde edilen bir bulgudur.

Neredeyse sonsuz bir ürün çeşitliliğinin ve ‘seçim özgürlüğü’nün mevcut olduğu tüketici piyasalarında, üretici firmalar tüketiciyi karar vermekte zorlanan, bu yüzden yönlendirilmesi ve

etki altına alınması gereken varlıklar olarak görmektedir. Etkileyiciler de büyük ölçüde piyasa ve şirket mantığını içselleştirerek hareket etmektedirler. Bu konuda şu beyan dikkat çekicidir:

‘İnsanlar zaten mankenlerin üzerinde görüp kombinlerini kendileri oluştursa bize ihtiyaçları olmaz. Oysa onlar herhangi bir ürünün bizim üzerimizde nasıl durduğuna önem veriyorlar. Tamam ürün güzel de sen de nasıl duruyor, takipçi bunu önemsiyor. Bu yüzden videolu tanıtım önemli’ (K11).

Reels’lerin yalnızca ürün/hizmet linki bırakmak amaçlı değil, katılımcıların gündelik yaşamlarından kesitleri de içerecek şekilde çekilip paylaşılması konunun bir başka boyutunu gözler önüne sermektedir. Sürekli ticari amaçlı paylaşım yaparak takipçilerin gözünde ‘çıkarıcı’ şeklinde damgalanmak istemeyen katılımcılar, belirli ölçülerde failliklerini koruyarak doğallık, sahicilik ve yakınlık ekseninde etkileşimlerini sürdürmeye gayret etmektedirler. Zira sosyal medya etkileyicilerine dair eleştirel çalışmalar, faillik ile neoliberal kültürel/ekonomik pratikler arasında etkileyicilerin kendi anlam setleri ve deneyimleri aracılığıyla nasıl bir denge kurmaya çalıştıklarını tartışmaktadır (Driel ve Dumitrica, 2021: 81). Tanıtım amaçlı olanlar dışında katılımcılar, çoğunlukla yemek/pasta hazırlama ve ev içi/ev dışı etkinlikler hakkında videolar paylaşmaktadırlar. Videolarda en doğal ve gündelik hallerini sergilemeye çalışan katılımcılar çocuklarını, eşlerini ya da arkadaşlarını da videoya dahil edebilmektedir. Mutlaka seçilmiş bir müzik eşliğinde, müziğin ritmine uygun şekilde birkaç kombin tanıtılabildiği ve toplamda altmış saniye süren reels videoları, etkileyicilerin yaratıcılıklarını ve tiyatral yeteneklerini sergiledikleri bir performans alanı görünümündedir.

Hobiden Kazanca Giden Yol

Katılımcıları etkileyici kişi olmaya teşvik eden faktörler, araştırmanın odaklandığı temalardan biridir. Katılımcıların hangi gerekçelerle ürün/hizmet tanıtımı yaptıkları sorgulandığında, hemen hepsi bu işe bir hobi, eğlence olarak başladıklarını, yaptıkları işten keyif aldıklarını, daha büyük kitleler tarafından tanınır olmayı önemsediklerini ve son noktada da bunu bir kazanca çevirdiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların etkileyicilik motivasyonları bir yandan özgürlük, otonomi, yaratıcılık ve ‘sevdiğin işi yap’ tarzındaki hakim ideolojiyi, diğer yandan da geçici ve güvencesiz bir ekonominin bireylere dayattığı ‘kendi işini kendin yarat’ mantığını yansıtmaktadır. Bu ikilemi yansıtan birkaç katılımcı beyanı, konuya açıklık getirmektedir;

‘Belirli bir kitleye hitap ettikten sonra neden olmasın diyerek, sağladığı imkanlar da güzel olunca, maddi kısmı da etkili. Hem hobi amaçlı hem para kazandırdığı için’ (K2).

‘Belli bir kitleye hobilerim sayesinde ulaştıktan sonra bunu maddi kazanca çevirme isteği ister istemez oluyor’ (K5).

'Keyif aldığım anlarla beraber herşeyi paylaşıyorum ben Instagramda. Baktım ki aldığım ürünler, giydiğim kıyafetler, gittiğim yerler çok soruluyor ya da danışanlar oluyor, bunu kazanca çevirmeye karar verdim. Tabi ki sadece ne para ne hobi diyemem ama hobi olarak başladığım bir şeyin bana kazanç sağlaması beni inanılmaz mutlu etti' (K4).

Sosyal medya kullanımının müthiş derecede artışı, yaşamın her anını fotoğraflama ve bunları daha fazla sayıda kişiyle paylaşarak takipçi sayısını arttırma isteği, günümüz kullanıcılarının hesaplarını 'herkese açık' şekilde düzenlemelerine yolaçmıştır. Daha geniş kitlelere ulaşma, tanınırlıklarını arttırma ve belki de küçük çaplı bir ünlü olma mantığı genel olarak katılımcıları etkilemiş görünmektedir. Dijital çağın en temel özellikleri sayılan, görünürlük, öz-temsil ve kendini markalaştırma sayesinde yeni bir 'star sistemi' inşa edilmektedir. Ünlü kültürünün toplumsal hakimiyeti elbette maddi temellere de dayanmaktadır. Zira ünlü endüstrisinin, ünlü olma hülyasını paraya çevirmek için ideolojik şekilde çalıştığı vurgulanmaktadır. Bu bağlamda ekonomik ödüller karşılığında etkileyiciler, kendilerini ve takipçilerini kültürel ürünler gibi metalaştırmaktadırlar.

'Bir buçuk, iki yıl oldu bu işi yapalı. O da İstanbul'a geldiğimden beri. Öncesinde ailemin yanında olduğum için ihtiyacım yoktu ama ne zaman İstanbul'a geldim artık reklam almaya başladım. Bir baktım ben fotoğraf yükledikçe takipçim gitgide artıyor. O zamanlar etkileyici olmak gibi bir amacım yoktu. Ama sonra takipçim gitgide arttı, baktım ben buradan para kazanıyorum neden yapmayayım diye düşündüm'(K6).

Markalarla İşbirlikleri: Reklam ve Tanıtım İçin DM!

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde onların bir ya da birden fazla marka ile işbirliği içinde çalıştıkları tespit edilmiştir. İşbirliği yapılarak ürünleri tanıtılan markaların neler olduğunu burada belirtmek yerine, katılımcıların çoğunlukla hangi ürünlerin reklamını yaptıklarını açıklamak daha uygun olacaktır. Evli ve çocuklu olan katılımcılar, yoğun olarak bebek/çocuk ürünleri, mutfak eşyaları/züccaciye, halı, çeyiz, dekorasyon ürünleri, doğal gıda ürünleri, giyim, cilt bakım ve kozmetik ürünleri ve temizlik malzemelerinin reklam ve tanıtımına yönelmektedir. Bekar olan katılımcılar ise saç bakım ürünleri, makyaj malzemeleri ve giysi kombinlerine yönelik çalışmaktadırlar. Görüşmelerden ve Instagram hesaplarının incelenmesinden elde edilen bilgiye göre katılımcıların çoğu, Türkiye'nin en büyük 'çevrimiçi pazaryeri' diye anılan bir e ticaret şirketi² ile işbirliği yürütmektedir. Adı geçen e ticaret markası ile işbirliği yapmak için takipçi

² Şirket, bundan sonraki sayfalarda 'X' harfi kullanılarak belirtilecektir. Adı geçen şirket 2010 yılında kurulmuş olup takip eden yıllarda yalnızca bazı giyim markalarının ürünlerini satarken, zaman içinde portföyünü genişleterek 3000 farklı kategoride ürün satışı yapmaya başlamıştır. Son zamanlarda yaptığı agresif reklam kampanyaları, etkileyici kişiler ve **sosyal medya fenomenleri** ile yaptığı işbirlikleriyle Türkiye'nin en büyük pazaryeri olmayı başarmıştır.

sayısı olarak 10.000'i geçmiş olmak önemli bir koşuldur. Takipçi sayısı 30.000'i geçen bazı katılımcılar ise yine pazaryeri modeline uygun olarak çalışan bir başka e ticaret firmasıyla da işbirliği yürütmektedir. Aslan ve Ünlü'nün, Instagram fenomenlerinin popülaritesi üzerinden fenomenler ve markalar arasındaki reklam ilişkisine odaklandıkları çalışmanın sonuçlarında, reklamverenlerin, fenomenleri tercih ederken içerik üretimi yaptıkları alanları (seyahat önerileri, moda gibi) göz önünde bulundurdıkları, bu tercihin yapılmasında fenomenlerin takipçi ve beğeni sayılarının önemli birer ölçüt olduğu belirtilmiştir (Aslan ve Ünlü, 2016).

Katılımcıların, markalarla işbirliği kurma yöntemlerine bakılacak olursa; işbirliklerinde ajans adı verilen aracı kurumların işlevleri ön plana çıkmaktadır. Katılımcıların önemli bir kısmı ajanslarla bağlantılı şekilde çalışmaktadır. Katılımcılar işbirliği kurma konusunda 'ya biz markalara ulaşıyoruz ya da onlar bize ulaşıyor' şeklinde çok genel bir açıklama yapıyor olmalarına rağmen, detaya inildiğinde bağlantıların sağlanmasında ajansların rol oynadıkları ortaya çıkmaktadır. Zira yukarıda bahsedilen e ticaret firmaları ile işbirliği yapmak için bu firmaların kendi etkileyici kişi ajanslarından birine kayıtlı olma zorunluluğu sözkonusudur.

X firmasından reklam almak için bir ajansla çalışmak zorundasınız. Çünkü X sizden fatura kesmenizi istiyor. Ben mail adresimi hesabımda belirttiğim için bana direkt mail atan markalar da oluyor. X dışındaki işlerim için, çalıştığım iki ajans beni yönlendiriyor. Süreç şöyle: markalar ajanslara etkileyici kişilerle çalışmak istediklerini belirtiyor. Ajanslar da word sayfasında liste yolluyor. Listede etkileyicilerin takipçi sayısını ve reklam fiyatını belirtiyorlar. Ona göre firma etkileyici kişiyi seçiyor. Daha sonraki aşamada ajans seçilen etkileyici ile iletişime geçiyor (K6).

X şirketi ile çalışıyorum. Zaten kendilerine ait bir etkileyici sistemi mevcut. Başvuru yaptıktan sonraki değerlendirme süreci bitip de onay geldiğinde link paylaşımları yapmaya başlıyorsunuz (K8).

Bunun dışında ajanslarla birlikte çalışmayan bir katılımcı ve bu tür ajanslara tamamen tepkili olduğunu belirten bir başka katılımcı işbirliklerini kendilerine ait yöntemlerle gerçekleştirmektedirler.

6 senedir bu platformun içerisinde olduğum için bazı markalarla ben iletişime geçtim, sayfamı tanıtacak bir yazı yazıp mail atarak, bazı markaların bağlı olduğu ajanslar ise benimle iletişime geçti. En son Z markasından bir mail aldım, barter çalışmak üzere (K10).

Ben kendim kesinlikle ajanslara karşıyım. Bunlar kapitalizmin küçük bir parçası. Ajans, fotoğrafları daha çok beğeni alsın diye kızlara photoshop yapmalarını dikte ediyor. Bir başka şey, ajanslarla bağlantılı çalışan kızlar birbirinin hesabına destek olmak için yorum atıyorlar ama bu bir dolandırıcılık. Yine başka bir şey, ajans sana bir ürün gönderiyor ve bunun için sana bir para ödüyor.

Aslında sen bu ürünün kötü olduğunu, denenmemiş olduğunu biliyorsun. Ama ajans bununla ilgilenmiyor, ajans o üründen aldığı tanıtım parası ve sana verdiği ürünle ve ürüne yaptığın reklamlarla ilgileniyor. Bu çok yanlış (K7).

Markalarla ilk bağlantıyı sağlama süreci bu şekilde işlemekteyken esas olarak iş birliği sürecinin nasıl yürüdüğüne ve katılımcıların ticari ilişkiler sistemine nasıl eklemlendiklerine bakmak gerekmektedir. Katılımcılardan dokuzu, adı geçen X firmasıyla halihazırda iş birliği içindedir. Bu bakımdan ticari iş birliği süreci, X firması bağlamında analiz edilecektir. Katılımcılar 10.000 takipçiyi geçtiklerinde X'e başvuru yapmış ve özellikle takipçi sayıları ve takipçilerin "organik" olması kriteri üzerinden yapılan değerlendirme sonucunda iş birliği için onay almışlardır. Onaydan sonra X'in bünyesindeki herhangi bir ajansla çalışma prosedürü başlamaktadır. Zira etkileyici kişilerin fatura kesme zorunluluğu vardır. Belirli sürelerle sözleşme yapmak isteyen ajanslara genellikle uzak duran katılımcılar, önlerine çıkacak farklı ticari seçenekleri özgürce değerlendirmek niyetindedirler. Etkileyicilerin gelirinden belirli bir komisyon alan ajansların bu durumuna karşılık katılımcılar da minimum komisyon üzerinden anlaşma sağlayabilecekleri ajansları seçmeye gayret etmişlerdir. 50 videoluk bir zorunlu temel eğitim sürecinden geçtikten sonra işe başlayan katılımcılar, X firmasının linkini paylaşımlarına ekleyerek ürünleri tanıtmaktadırlar. Aynı anda kendi hesaplarında etkileyici kişi paneli aktif hale gelmektedir. Firmanın projede öne çıkarmak istediği bir ürün ve/veya kampanyası varsa katılımcılara brief atmakta, bu briefte vermek istedikleri mesajları, öne çıkarmak istedikleri noktaları ve etkileyicilerin mutlaka bahsetmesi gereken şeyleri iletmektedir. Katılımcılar ise bu noktaları kendi konseptlerine ve üsluplarına uyarlayıp kanallarına reklam olarak yerleştirmektedirler. Hikâye paylaşımında firmanın bir ürününü tanıtip memnuniyetlerini dile getiren katılımcılar, hikâyeye bıraktıkları link üzerinden sayfayı yukarı kaydırarak kendi ID'leri ile alışveriş yapan takipçileri yoluyla o ürünün satışından %3 ya da 4'lük bir kazanç sağladıklarını belirtmişlerdir. Firma özel linkler hazırlayıp yollayarak özellikle kampanya dönemlerinde katılımcıların daha aktif olmalarını istemekte ve çok sık sms yollamaktadır. Etkileyici kişi panelinde katılımcılar ne kadar satış yaptıklarını, hangi linkten ne kadar kazandıklarını, hangi linkin daha çok tıklanıldığını, kadın ya da erkeklerin ne kadar alışveriş yaptığını görebilmektedirler. Bu durum ticari nitelikteki bu sürecin ölçüm, nicelleştirme ve istatikleştirme pratikleriyle işlediğini gözler önüne sermektedir. Bu arada yaptıkları satışlar üzerinden %15 resmi stopaja da tâbi olduklarını belirten katılımcılar, devletin bu kesintiyi uyguladığını ifade etmişlerdir. Bu sürecin sonunda oluşan gelirin önemli bir kısmının X firmasına gittiğini belirten katılımcılar, eğer link içinden alışveriş yaptırabilirlerse %15; link dışından olursa %5; elektronikten olursa %2 komisyon alabildiklerini belirtmişlerdir. Bunu ciddi bir eşitsizlik olarak yorumlayan katılımcılardan bazıları, etkileyicinin

yaptığı ciroya göre firma tarafından ikram edilen bonuslar, hediye çekleri ve kuponlarla sistemin ayakta tutulmaya çalışıldığını, tabiri caizse “ağıza bir parmak bal çalındığını” vurgulamışlardır. Satış oranlarının daha geride kaldığı hızlı market ve yemek sepeti gibi kategorilerde satış yaptıkları takdirde komisyonuz her satış başına 20- 30 TL alabilen katılımcılar, satış ve kullanıcı artışına dayalı olarak ileride bu kategorilerdeki kazançlarının da düşebileceği ihtimaline yer vermişlerdir.

‘Barter’ Sistemine Göre Çalışma

Sosyal medya platformu üzerinden reklam veren şirketler, etkileyiciler ve takipçileri arasında kurulan ticari ilişkide etkileyicilerin kazancı, bu ilişki ağının önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Etkileyicilerin Instagram üzerindeki bu ticari ağdan ve yaptıkları işten çok büyük kazançlar elde ettikleri yönünde bilgiler mevcuttur. Etkileyiciler, reklam veren markalarla reklam anlaşması yaparken ya nakit ödeme üzerinden ya da ürün karşılığında anlaşma yapmaktadırlar. Bu konuda görüşlerine başvuru katılımcılar zaman zaman nakit kazanç elde etseler de ağırlıklı olarak ürün karşılığında çalıştıklarını belirtmişlerdir. Reklam veren şirketin ürünlerinin tanıtımı karşılığında etkileyicilere nakit ödeme yapmak yerine, kendi ürünleriyle ödeme yapmasına barter sistemi adı verilmektedir. Pazarlama literatüründe de bir takas yöntemi olarak görülen barter; bir işletmenin satın aldığı mal ya da hizmetin bedelini kendi ürettiği ya da sahibi olduğu mal ya da hizmet ile ödediği bir finans ve ticaret sistemi olarak tanımlanmaktadır (Boynukalın, 2018). Birkaç katılımcının beyanına bakılırsa;

Belirli hedefi tutturduktan sonra nakit para karşılığında çalışılabiliniyor, diğer türlü ciroya göre ekstra kupon-para ikramı usulü var (K2).

Her iki yöntem de kullanılıyor. Örneğin bazı firmalar mail atıyor, böyle bir ürünümüz var tanıtmak ister misiniz şeklinde. Bu ürünü paylaşıp paylaşmamak sana kalmış. Ama marka markayı çeker diye bir anlayış vardır bizde. Bir markayı paylaştığınızda başka markalar da gelir. Barter değimiz bir kavram var; ücretsiz reklam yapmaya tekabül ediyor. Ben barter ürün almıyordum ama reklamımı yükseltmek için barter ürün almaya başladım. Mail olarak ya da Instagramdan markalar iletişime geçiyor. Örneğin kıyafet markaları size koleksiyonumuzu göndersek fotoğraf çeker misiniz teklifinde bulunuyor. Ben de beğeniyorsam onaylıyorum. Ücretli reklamları şu aralar ajans üzerinden alıyorum (K6).

Katılımcıların takipçi sayıları itibariyle makro etkileyici düzeyinde ve profesyonelliğinde olmamaları, ajanslardan tamamen bağımsız biçimde, tanınmış markalarla çalışmalarını, birkaç iş birliğini bir arada yürütebilmelerini ve çok iyi paralar kazanmalarını engellemektedir. Ancak genel olarak mikro düzeydekilerin yoğun olduğu bir etkileyici piyasasının işgücü kitlesi genellikle X firması ya da muadilleriyle bağlantılı çalışmaktadır. X firması ise, parça başı mantığına uygun

şekilde 'sattığın kadar alırsın' prensibiyle ya da barter usulüyle çalıştırmaktadır. Barterda zaten nakit ücret ödenmeden çalıştırılan etkileyiciler, ücretli anlaşma yapsalar dahi sattıkları ürünlerden düşük komisyonlar almakta ancak sabit kesintilere maruz kalmaktadırlar. Nihai olarak bu ticari ilişki ağı, reklamveren firmaların aslan payını aldıkları, etkileyicilerin ise kendi paylarına düşenle yetindikleri bir ortam özelliğine sahiptir. Aşağıdaki bazı beyanlar konuya açıklık getirici niteliktedir:

Şu an bu işe çok vakit ayıramadığım için ürün karşılığı çalışıyorum. Aldığım ürünler hep kaliteli olduğu için verdiğim emeğe değiyor (K1).

Ben zaten başka bir işte hala çalışmaktayım, çok fazla sosyal medyada vakit geçiremediğim için acayip paralar kazanmıyorum. Dediğim gibi ne kadar çok içerik ve takipçi olursa para kazanma o kadar çok artacaktır (K9).

Ben keyif olarak yaptığım için çok zorlanmıyorum. Ancak kazanç kesinlikle karşılamıyor. Büyük paralar kesinlikle değil. İnsan yorulmuyor gibi görünüyor ama bir kere reels videosu çektim, beş saati meâl oldu (K11).

Dünya çapında binlerce etkileyici kişiyle görüşme yapan sosyal antropolog Abidin, etkileyicilerin ve onların çalışma koşullarının hizmet endüstrisi çalışanlarından farklı görülmemesi gerektiğini vurgulamaktadır. Tüm etkileyicilerin milyoner olduklarına ilişkin düşüncelerin bir mit olduğunu da ifade eden Abidin, ekonomik ve psikolojik hasara uğramamaları için tüm iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerinin etkileyiciler için de geçerli olmasının bir zorunluluk olduğunu dile getirmektedir (Cant, 2021).

Takipçiler Üzerinde Etkiyi Arttırma Stratejileri

Instagram üzerindeki ticaret ağının devam etmesi için etkileyicilerin takipçileri üzerindeki etkilerini güçlendirmeleri, ilgilerini canlı tutmaları gerekmektedir. Ticari bir faaliyette buldukları izlenimini vermeden, yakınlık ve sahiçiliklerini ön plana çıkararak hareket etmeleri önemli görülmektedir (Abidin, 2014: 124) Literatürde "stratejik sahiçilik" olarak anılan kavram, sosyal medyada kendini markalaştıran etkileyicilerin sadık ve kendileriyle özdeşim kuran bir takipçi kitlesi yaratabilmek için devreye soktukları kurgulanmış sahiçilik ve yakınlık pratiklerine işaret eder. Çok çeşitli olmalarına rağmen en yaygın şekilde uygulanan pratiklerden biri, etkileyicilerin kendi gündelik hayatlarından kesitler sunmak üzere fazlaca işlem görmemiş fotoğraf ya da video paylaşımlarıdır. Takipçilerin sorularını acil biçimde yanıtlama, gerektiğinde saatler boyu onlarla iletişimde kalma, onlara özel ve biricik olduklarını hissettirme, her soruya düşünerek mantıklı cevaplar üretebilme gibi stratejilerin tümü, etkileyicilerin takipçileriyle

sahiciliğe ve yakınlığa dayalı bir ilişki kurma çabasından ileri gelmektedir. Sonuçta bu stratejiler sosyal medya üzerinde gelişmiş olan etkiye dayalı bir ekonomiyi, ticari bir döngüyü besleyici niteliktedir. Konuyla ilgili katılımcı beyanları şöyledir:

Takipçilerle iletişimi arttırıyorum. Soru-cevap çok yapıyorum. Kendilerini değerli hissediyorlar. Onlarla konuştuğumu görüyorlar çünkü. Örneğin bir kız DM atıyor. Ona cevap verdiğimde o kız çok mutlu oluyor ve beni kalıcı olarak takip ediyor. O bunu paylaştıysa mutlaka alalım izlenimi de oluşuyor (K6).

Daha kalıcı etki bırakabilmek için her zaman samimi olmaya çalışıyorum (K10).

Her zaman memnun kaldığım gerçekten denediğim ürünleri önermeye çalışıyorum. Yıllardır kurmuş olduğum güven bağı koparmamak için elimden geleni yapıyorum (K9).

Ben gezgin hesabımla bu işe başladım. Pahalı yerlerden de paylaşım yapabiliyordum. Ama herkesin gidebileceği, herkesin o manzarada yemek yiyebileceği yerleri paylaşmam bana takipçi olarak geri döndü. İnsanlar her gördüğü yere gidemiyor, ama evet biz ayda bir defa 90 TL'ye kahvaltı yapabiliriz diye düşünüyor. Kendilerinde bana da bir yer ayırıyorlar aslında. Benim tavsiye ettiğim yere giderek mutlaka fotoğraf çekilelim diye düşünüyorlar (K11).

Katılımcıların, takipçileri üzerindeki etkilerini yoğunlaştırmak üzere ölçülmüş ve nicelleştirilmiş bazı göstergelere de titizlikle uyum gösterdikleri belirlenmiştir. X firmasıyla işbirliği yapan katılımcılar, etkileyici panelleri ve bağlı oldukları ajans üzerinden hangi fotoğraflarının, tanıttıkları hangi ürün ve kombinlerin daha çok kaydedilmiş olduğunu ve hangi yaş grubundaki takipçilerin bunları kaydettiğini tespit edebilmektedirler. Buradan hareketle belli fotoğraflar, belli türdeki pozlar ve belli ürün grupları üzerine daha çok yoğunlaşarak paylaşım yapmaya özen göstermektedirler. Bir tür 'etki piyasası' gibi işleyen Instagramda etkileyiciler hem etkileyen hem de etkilenen konumundadırlar. Katılımcılar X'in gündelik olarak belirlemiş olduğu 8-5 kuralına (8'den fazla, 5'den az gönderi yapılmaması) uyum göstermekte, paylaşım yapmadan herhangi bir günlerini geçirmemeye gayret etmektedirler. Cirolarının düşük kaldığı dönemlerde en çok satılan ürünlerden hazır link oluşturan X, katılımcılardan bu linkleri paylaşmalarını istemektedir.

Etkileyciliğin Toplumsal Cinsiyet Boyutu: Kadının Güçlendirilmesi mi, Güvencesizleştirilmesi mi?

Feminizmin çağdaş versiyonlarının neoliberal kapitalizmle yakından bağlantılı hale geldiği yönünde görüşler mevcuttur. Feminizmin neoliberal versiyonu kolektif olmaktan ziyade bireyseldir, kişinin oto kontrol yeteneğini temel almakta, kendi kariyerini ve yaşamını kontrol

altına alabilme konusunda özgürleşmiş bir kadın temsilini öne çıkarmaktadır. Bu bağlamda kadının güçlendirilmesi ve bireysel failliğinin kutsanmasına odaklanmış bir feminist söylem giderek yaygınlaşmaktadır. Feminizm ve neoliberalizm arasında ideolojik bir yakınlığın güçlenmesi, online platformlarda ve sosyal ağlarda kadınsılık ve girişimciliğin içiçe geçmesi sonucunu doğurmaktadır (Naudin ve Patel, 2019: 2-4).

Instagramda kadın etkileyicilerin, işbirliği ve tanıtım bağlamında daha yoğun etkileşim içinde olmaları ve görünürlüklerinin her geçen gün çok daha fazla artması, sorgulanması gereken ve bu araştırmanın gerçekleştirilmesinde etkili olan noktalardan biridir. Sosyal medyada paylaşılan ve takipçi çeken içeriklerin genellikle aile, çocuk, moda, estetik/güzellik gibi geleneksel 'kadınsı' alanlarla ilintili olması, kadın etkileyicilerin görünürlüklerini arttırmıştır. Dijital mecrada etkileşimi yüksek ve etkili erkek etkileyiciler de mevcuttur. Ancak pek çok erkeğin, etkileyici kişi olarak tanımlanmaktan kaçındığı dile getirilmektedir. 'Dijital içerik yaratıcısı', 'içerik üreticisi' ya da 'oyuncu' gibi teknik terimleri daha fazla tercih eden erkekler, kendilerini eğlence sektörünün birer üyesi ya da sanatçısı gibi görmektedirler. (Driel ve Dumitrica, 2021: 72). Buna karşın kadınlar açısından heteronormatif çekicilik ve kadınsılık üzerinden dikkat çekme ve ilgi yaratmanın önemine işaret edilmektedir (Drenten vd., 2019: 2). Belirli bir takipçi kitlesini etkileyebilme, algı ve beğeni yaratma, bunları da paraya çevirebilme, girişimci kadınsılığın bir parçasıdır. Bu konuda birkaç katılımcı beyanı dikkate değerdir:

Erkeklerin Instagrama karşı bakış açısı farklı. Video ve fotoğraf çekilmeyi sevmezler, ama biz kadınlar kendimizi göstermeyi seviyoruz. Erkekler kendilerini çok daha doğru konumlandıklarında daha fazla etkileşim alıyorlar. Gerçekten alıcı olan insan onları takip ediyor. Ama kadınlarda aynı durum söz konusu değil. Kadınları güzel, açık giyindiği için takip ediyorlar ama erkeği yakışıklı diye takip eden kesim çok az (K6).

Sadece kadın işi değil aslında birçok erkek etkileyici de var. Kadınlar daha titiz davranabiliyor, daha fazla zaman ayırabiliyor. Erkeklerin de inanılmaz takipçi kitlesi oluyor. Genelde tiplerinden ve komikliklerinden ön plana çıkabiliyorlar. X, bu konuda erkekleri de kadınları da hâkimiyeti altına almış. Ama erkekler kadınlar kadar göstererek yapmıyor bunu. Reels videosu çekmiyor ama gönderi ya da storylerle bu işi yürütüyor. Sadece etkileyici adı altında yapmıyorlar. Biz mesela profilimize etkileyici diye ekleriz ama erkekler eklemeyi, baktığımızda da aynı işi yaparız (K11).

Gerek literatürden gerekse alandan elde edilen veriler ışığında, etkileyiciliğin kadınlar açısından bir öz-girişim, otonomi, kendini özgürce ifade etme ve tanınırlığı artırma gibi anlamları içermesi, kadınların patriyarkal değer yargıları ve çalışma biçimlerine meydan okumalarını da beraberinde getirebilir. Bazı beyanlar da bu yöndedir:

Ben etkileyiciliği kadınlığın ve kendini kadın gibi hissedenlerin bir zaferi olarak görüyorum. Kendini kadın gibi hissedenler makyaj yaparak özgürce video çekiyor, kız çocuğunu eğlendirmek için babaların makyaj yapması beni o kadar gururlandırıyor ki. Etkileyicilik kadınların en büyük gücü. Kendi paralarını kazanıyorlar. Erkek egemen reklamları kadınlar yönetiyor aslında. Her şey kadınların elinde. Önemli olan erkek egemenliğini alt etmek ya da onların gücünü yarıya indirmek, kapitalizm bu yıl moda renk mor diyor, ama bakalım ben moru moda yapacak mıyım? (K7).

Türk toplumuna baktığımızda erkek işe gider kadın evde durur algısının hala devam ettiğini görebiliyoruz. Bu psikolojik olarak insanlara işlemiş olabilir. Kadınların da kendi ayakları üzerinde comfort zone dediğimiz alandan çıkmadan durabildiklerini görüyoruz artık (K10).

Görüşleri alınan diğer katılımcıların etkileyiciliğin kadınsı bir iş olduğu konusunda görüş birliği içinde oldukları görülmektedir. Buna gerekçe olarak da kadınların erkeklere nazaran yaratıcı karakterleri, şeffaflıkları, iletişime/etkileşime yatkınlıkları, kitleleri etkileyebilme güçleri ve erkeklerin bu tarz işleri önemsememeleri gösterilmiştir. Dikkate değer bir başka katılımcı görüşüne göre, evde olan ve ev dışı çalışma hayatı içinde olmayan kadınların zaman ayırabilmelerinden dolayı etkileyicilik kadınsı bir karaktere bürünmektedir.

Bu araştırmada katılımcıların eğitim düzeyleri çoğunlukla yüksek, ancak uzmanlık eğitimlerine koşut mesleklerde istihdam olma oranları oldukça düşüktür. Halihazırda dört katılımcı ev dışında ücretli işlerde istihdam olmuş durumdadır. Kalan sekiz katılımcı arasında teklif/çağrı üzerine çalıştığını söyleyenler olsa da bu grup düzenli bir çalışma hayatı içinde değildir. Küçük çocuklarının bakım sorumluluğunu üstlendikleri için ev içinde kalmayı tercih edenlerin yanı sıra, ev dışı düzenli istihdam fırsatlarını yakalayamadıkları için ev içinde kalmak zorunda olan katılımcılar da mevcuttur. Tam da bu noktada etkileyicilik, kadınlar için, dışarı çıkmadan ve bazıları için ev sorumluluklarını da aksatmadan, ev içinde kalarak para kazanabilmenin en temel yoludur. Belirli bir donanım ve emek yoğunluğu gerektiren videolar dışında, sosyal medya etkileşiminin yoğun olduğu saatlerin kollanmasıyla gönderi veya hikâye formatında ürün tanıtımı yapmak, link paylaşmak, katılımcılar açısından zorluk yaratmamaktadır. Bu yönüyle etkileyicilik, ev dışı tam zamanlı ve düzenli istihdama tâbi olmayan, ev içinde kendi iş fırsatlarını kendisi yaratmak durumunda olan kadınların “iş”dir. Buna karşın, katılımcıların bu işten edindikleri maddî tatmin düzeyi yüksek değildir. Takipçi sayıları itibarıyla makro etkileyici kategorisi içinde yer almayan etkileyicilerin çeşitli markalarla aralarındaki reklam/tanıtım ve iş birliği faaliyetleri uzun bir zaman sürecine yayılmış durumda değildir. Bu bakımdan yüksek ücretler karşılığında anlaşma sağlanan iş birlikleri yerine çoğunlukla ürün karşılığı çalışmaktadırlar. Düzenli bir iş rutininin her zaman sağlanamadığı dikkate alındığında istikrarlı bir gelir düzeyinin garanti edilmesi de zor olmaktadır. Mevcut katılımcılar bağlamında etkileyiciliğin geçici, güvencesiz ve

düşük ücretli özelliği, onun kapitalist ekonomideki geleneksel kadınsı işler kategorisi içinde değerlendirilmesini mümkün kılmaktadır. Elde edilen kazanç yüksek düzeyde olmasa da evli olan katılımcıların eşlerinden bağımsız bir gelire sahip olmaları, bekâr olanların ise ebeveynlerinden uzakta kendi hayatlarını kazanabilmeleri açısından önemli görülmektedir.

Etkileycilik, dilsel, iletişimsel beceriler ya da tasarlanmış bir estetik görünüm sayesinde hedeflenmiş bir kitle üzerinde heyecan, tutku, rahatlama gibi hisler yaratan, bu kitleyi etkileyen ve ikna edebilen duygulanımsal emek kullanımını gerektirmektedir. Ürün tanıtımının yanı sıra takipçileriyle sahiçilik ve yakınlık temelli ilişkiyi korumak için, evlerinin “en güzel köşe”sini, ev hayvanlarını, çocuklarını ya da fazlaca meşhur hale gelmiş “kahve sunumları”nı paylaşan katılımcılar, bu kitle üzerinde belirli duygulanımları yaratmanın peşindedir. Illouz’a göre günümüzde genç kadınların kamusal alana daha fazla açılmaları sayesinde geleneksel cinsiyetçi normlara göre biçimlenmiş katı ve bürokratik çalışma kültürleri dönüşüme uğramakta ve kamusal alan duygulanımsal bir hale gelmektedir. Kendini kadınsı biçimde ifade etme ve görünürlüklerini arttırma üzerinden kadınlar, giderek gelişen bir ifşa ve itiraf kültüründen beslenerek kamusal alanda etkili olmaya çaba göstermektedirler. Etkileyciliğin kadınsı yapısı, yapılan işin büyük ölçüde duygulanımsal emek içeriyor olmasıyla alakalıdır.

Sonuç

Küreselleşme ve bilgi toplumunun en önemli bileşenlerinden biri olan sosyal medya, yarattığı yeni bir kültür, dönüştürdüğü sosyal ilişkiler ve inşa ettiği devasa ekonomiyle dikkatleri üzerine çekmekte ve tartışma gündemini belirlemektedir. Dijital içerik üretimleriyle takipçileri üzerinde kayda değer bir etkiye sahip olan etkileyiciler, sosyal medyanın aktörleri olarak bu endüstrinin inşa edilmesinde önemli bir rol oynamaktadırlar. Belirli bir takipçi sayısına istinaden çeşitli ticari firmalarla iş birliği yaparak marka ve ürün tanıtımı üzerinden kendilerine dönük ilgiyi parasallaştıran ve takipçilerini de metalaştırmak yoluyla reklam veren şirketlerin hedefi durumuna getiren etkileyiciler bu çalışmanın odağını oluşturmaktadırlar. Kadın etkileyicilerin Instagram’daki ticari faaliyetleri üzerinden hem cinsiyetlendirilmiş sosyal medya üretimi hem de etki temelli bir ekonomi bu çalışmada analiz edilmeye çalışılmıştır. “Yaratıcı ekonomi”, “tutku emeği”, “girişimcilik”, “özgür seçim”, “otonomi” ve “öz-markalaşma” gibi post-feminist ve neoliberal retoriklerle güçlendirilmeye çalışılan bir sosyal medya üretimine ve ekonomisine eleştirel bir perspektifle yaklaşılan bu çalışmada, nitel araştırma teknikleri kullanılarak alandan veriler elde edilmiş ve kadın etkileyicilerin ürettikleri içerikler analiz edilmiştir.

Araştırmadan elde edilen bulgular kısaca şöyle ifade edilebilir: Kişisel blog olarak adlandırılan profesyonel ve “herkese açık” hesaplarından her gün düzenli paylaşım yapan, belirli

takipçi sayılarına erişmiş ve ticari markalarla iş birliği içindeki katılımcıların eğitim düzeyleri görece olarak yüksektir. Ancak güvenceli, tam zamanlı ve belirli bir uzmanlığa dayalı işlerde istihdam olamamışlardır. Halihazırda çalıştıkları işler ise geçici, esnek, güvencesiz ya da yarı-zamanlı niteliktedir. Mikro etkileyici tanımına uygun düşen katılımcılar gerek takipçi sayıları gerekse de profesyonellikleri itibariyle mega ya da makro etkileyici kategorileri içinde yer almadıklarının farkındadırlar. Buna karşın kendilerini çoğunlukla “etkileyici” kimliğiyle ifade etmektedirler. Duffy’nin yerinde bir saptamasıyla, sosyal medya toplumuna mensup üyeler, neoliberal ideolojilerin riskler ve sorumlulukları bireylere yüklediği bir yeni ekonomide, keyfin, otonominin ve kazancın görünürde bir arada yer aldığı yeni istihdam alanlarının cazibesine kapılmış görünmektedirler (Duffy, 2015: 2). Benzer şekilde araştırmanın katılımcıları da etkileyciliği bir hobi olarak yaptıklarından ve daha fazla kitleye ulaşmanın, tanınır olmanın kendilerini mutlu ettiğinden bahsetmişlerdir. Ancak bunu kazanca çevirmeyi de önemsemektedirler. İş birliği yaptıkları markalarla bir aracı kurum gibi işleyen ajanslar yoluyla bağlantı kurduklarını ifade eden katılımcılar, görece düşük takipçi sayısı ve profesyonellikleri dolayısıyla aracısız ve bağımsız çalışmamaktadırlar. Firmalar tarafından onaylandıktan sonra ürün linklerini paylaşımlarına ekleyerek reklam/tanıtım işine girişmektedirler. Hikâye paylaşımlarında çeşitli firmaların ürünlerini tanıtan ve kendi memnuniyetlerini dile getiren katılımcılar, bıraktıkları link üzerinden sayfayı yukarı kaydırarak kendi ID’leri ile alışveriş yapan takipçileri yoluyla her bir ürünün satışından %3 ya da 4’lük bir kazanç sağladıklarını belirtmişlerdir. Reklam veren markalarla reklam anlaşması yaparken ya nakit ödeme üzerinden ya da ürün karşılığında anlaşma yaptıklarını dile getiren katılımcılar, zaman zaman nakit kazanç elde etmelerine karşın çoğunlukla yaptıkları işin karşılığı ürün cinsinden ödenmektedir. İş birliği yaptıkları firmaların satışlardan aslan payını aldığı bir ortamda ajansların ve devletin çeşitli kesintilerinden etkilenen katılımcılar, yaptıkları işten yüksek kazançlar elde edemediklerini de ifade etmişlerdir.

Cinsiyetlendirilmiş sosyal medya üretimi bağlamında, etkileyciliğin kadınsılaşması olgusu, kadınlar açısından bir öz-girişim, otonomi, kendini özgürce ifade etme ve görünürlüğü/tanınırlığı arttırma gibi anlamlar içerebilmektedir. Bu olgu kadınların patriyarkal değer yargıları ve çalışma biçimlerine meydan okumalarını da beraberinde getirebilir. Ancak bu araştırmadaki katılımcılar çerçevesinde düşünülürse, katılımcıların yüksek getirisi olan iş birliklerine yönelememeleri ve bağımsız çalışmamaları, etkileyciliğin geçici, güvencesiz ve düşük ücretli yönünü deneyimlemelerine neden olmaktadır. Bu yönüyle de ataerkil kapitalizmin karşılığı ödenmeyen geleneksel kadın işi ile büyük benzerlikler arz eden etkileycilik, kadınlar için her türlü riskin normalleştirildiği belirsiz bir ortam yaratmaktadır.

Kaynakça

- Abidin, C. (2014). #In\$tagLam: Instagram as a Repository of Taste, a Burgeoning Marketplace, a War of Eyeballs. In B. Marsha and M. Schleser (Eds.) *Mobile Media Making in an Age of Smartphones* (pp. 119-128). Palgrave Macmillan.
- Abidin, C. (2015). Communicative Intimacies: Influencers and Perceived Interconnectedness. *Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*, No.8, doi:10.7264/N3MW2FFG (<https://adanewmedia.org/2015/11/issue8-abidin/>).
- Abidin, C. (2016). Visibility Labour: Engaging with Influencers' Fashion Brands and #OOTD Advertorial Campaigns on Instagram. *Media International Australia* Vol.161, Issue 1, (pp. 86-100).
- Aires, S. (2020). Laboured Identity: An Analysis of User Branding Practises on Instagram. *Triple C*, 18 (1), pp: 494-507.
- Alikılıç, İ. ve Özkan, B. (2018). Bir Sosyal Medya Pazarlama Trendi, Hatırlı Pazarlama ve Etkileyiciler: Instagram Fenomenleri Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, Vol.1, Sayı.2 (s. 43-57).
- Altunay, A. (2015). Bir Sosyalleşme Aracı Olarak Yeni Medya. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, Vol.9, No.1. (s. 410-428).
- Aslan, A. ve Ünlü, D. G. (2016). Instagram Fenomenleri ve Reklâm İlişkisi: Instagram Fenomenlerinin Gözünden Bir Değerlendirme, *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3/2, Güz/Fall (s.41-65).
- Banet-Weiser, S. ve Juhasz, A. (2011). Feminist Labor in Media Studies/Communication: Is Self-Branding Feminist Practice? *International Journal of Communication* 5. (pp. 1768–1775).
- Boynukalın, E. (2018). *Barter Sistemi Nedir?*. <https://www.pazarlamasyon.com/barter-sistemi-nedir/>. Erişim Tarihi: 17 Mart 2022.
- Büyükkuşoğlu, S. (2017). *Influencers on Instagram Turkey: Performing the 'Iconic Mother' and the 'Iconic Woman'*. Sabancı University, Cultural Studies, MA Thesis, İstanbul.
- BTM (2019). Fotoğraf Uygulamasından Sosyal Medya Devine: Instagram. <https://btm.istanbul/blog/fotograf-uygulamasindan-sosyal-medya-devine-Instagram>. Erişim Tarihi: 15 Şubat 2022.

- Cant, A. (2021). *Instagram star reveals 'dark side' of being an influencer*.
<https://sg.style.yahoo.com/influencers-reveal-dark-side-internet-Instagram-052611440.html>.
Erişim Tarihi: 02 Şubat 2022.
- Creswell, J. W. (2013) *Nitel Araştırma Yöntemleri*. M. Bütün, S.B. Demir (Çev.ed.), Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Dijk, J.V. ve Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic, *Media and Communication*, Vol.1, Issue. 1, (pp.2-14).
- Drenten, J., Gurrieri, L. ve Tyler, M. (2019). Sexualized Labour in Digital Culture: Instagram Influencers, Porn Chic and the Monetization of Attention. *Gender, Work and Organization*, Special Issue. (pp.1-26).
- Driel, L. V. ve Dumitrica, D. (2021). Selling Brands While Staying ‘Authentic’: The Professionalization of Instagram Influencers. *The International Journal of Research into New Media Technologies*, Vol. 27 (1) (pp. 66-84).
- Duffy, B. E. (2015). The Romance of Work: Gender and Aspirational Labour in the Digital Culture Industries. *International Journal of Cultural Studies* (pp. 1-17).
- Duffy, B. E. ve Hund, E. (2015). ‘Having it All’ on Social Media: Entrepreneurial Femininity and Self-Branding Among Fashion Bloggers. *Social Media Society*, July-December. (pp. 1-11).
- Duffy, B. E. (2017). *Not Getting Paid to do What You Love: Gender, Social Media and Aspirational Work*. London: Yale University Press.
- Goffman, E. (2020). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*, Çev. Barış Cezar, Metis Yayınları.
- Hund, E. (2019). *The Influencer Industry: Constructing and Commodifying Authenticity on Social Media*. Publicly Accessible Penn Dissertations.
<https://repository.upenn.edu/edissertations/3636>.
- Isosuo, H. (2016). *Social Media Influencer Marketing*, Bachelor’s Thesis Degree Programme in International Business, Jamk University of Applied Sciences.
<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/114035/thesisheliisosuo.pdf>.
- Illouz, E. (2007). *Cold Intimacies The Making Of Emotional Capitalism*, Polity Press.
- Karahasan, F. (2021). *Influencer Marketing 6 Milyar Dolarlık Pazar Değerine Erişti*.
<https://www.dunya.com/kose-yazisi/influencer-marketing-6-milyar-dolarlik-pazar-degerine-eristi/606889>. Erişim Tarihi: 20 Şubat 2022.

Khamis, S., Lawrence, A. ve Welling, R. (2016). Self-Branding, Micro Celebrity and the Rise of Social Media Influencers, *Celebrity Studies*, Vol.8, Issue.2, (pp.191-208).

Naudin, A. ve Patel, K. (2017). Entangled Expertise: Women's Use of Social Media in Entrepreneurial Work. *European Journal of Cultural Studies*, Vol.22, Issue. 5-6 (pp. 511-527).

Veraa, L. (2019). *I'm an Instagram Influencer, what do you do for a living?*. <https://www.diggitmagazine.com/articles/Instagram-influencer>. Erişim Tarihi: 20 Şubat 2022.

Türk İş Yaşamında Kadın Çalışanlara Yönelik Ayrımcılık Üzerine Kavramsal Bir Tartışma: Dikey Ayrışma

A Conceptual Discussion on Discrimination Against Female Employees in Turkish Business Life: Vertical Segregation

Nurettin Gürcan*

Öz: Bu çalışmanın amacı Türk iş yaşamında özellikle kadın çalışanlara yönelik olarak gerçekleştirilen ayrımcılık tarzlarından biri olarak ele alınan dikey ayrışmayı incelemektir. Erkeklerin yoğun olarak egemenliğini hissettirdiği örgütlerde, kadınların erkeklere göre statü veya ücret açısından daha düşük işlerde çalıştığı gözlemlenmektedir. Bu yüzden örgütsel alanda kadınlar daha vasıfsız erkekler ise nitelikli ve statü düzeyi daha yüksek işlerin sorumlusu haline gelmektedir. Böyle bir durum, nitelikli kadın çalışanların kariyer yolunu kapattığı gibi niteliksiz erkek çalışanların da üst kademelerde kendilerine yer bulmalarını kolaylaştırmaktadır. Dolayısıyla kadın çalışanlar, içerisinde buldukları bu ayrımcı iklimin etkisiyle birçok iş alanında aynı işi daha kötü koşullarda, daha az ücret karşılığında ve daha büyük fedakârlıklarla gerçekleştirmektedir. Bu bağlamda, çalışmada kadınların iş yaşamında maruz kaldıkları bu çok yönlü ayrımcılığın “dikey ayrışma” tarafına odaklanılmış ve bu konu üzerine yazında ele alınan araştırmalardan hareketle kavramsal bir tartışma ortaya konmaya çalışılmıştır. Çalışma kapsamında kültürel değerlerle şekillenen Türk iş yaşamı bağlamında, ataerkil anlayışın etkisiyle, kadınların yaşadıkları sorunlar ve deneyimledikleri iş ilişkileri irdelenmektedir.

Anahtar Kavramlar: Kadın Çalışanlar, İş Yaşamında Ayrımcılık, Dikey Ayrışma

Abstract: The aim of this study is to examine the vertical segregation, which is considered as one of the forms of discrimination especially against female employees in Turkish work life. It is observed that in organizations where men are heavily dominated, women work in jobs that are lower than men in terms of status or wages. Therefore, in the organizational field, women become responsible for more qualified and higher status jobs than unskilled men. Such a situation not only closes the career path of qualified female employees, but also makes it easier for unqualified male employees to easily find a place in the upper levels. Therefore, with the effect of this discriminatory climate, female employees perform the same job in worse conditions, for less wages and with greater sacrifices in many business areas. In this context, the study focused on the "vertical discrimination" side of this multi-faceted discrimination that women are exposed to in work life and tried to put forward a conceptual discussion based on the researches discussed in the

* Doktora Öğrencisi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü, Yönetim ve Organizasyon Programı, nurettingurcan50@gmail.com, **ORCID: 0000-0002-5361-4351.**

literature on this subject. Within the scope of the study, in the context of Turkish work life shaped by cultural values, with the effect of patriarchal understanding, the problems experienced by women and the work relations they experience are examined.

Keywords:Female Employees, Discrimination in Work Life, Vertical Discrimination

Summary

In the traditional understanding of development, women in the gender-based division of labor in the household; it is expressed as people who give birth, look after, raise and are not accepted as producers because they do not participate in the market. This unpaid labor of the woman at home not only provides benefits for all members of the family, especially the husband/father, but also for the capitalist economy. Accordingly, such daily housework as cooking, cleaning, shopping and taking care of children reduce labor costs and accelerate the accumulation process by contributing to the increase in profits. On the other hand, when women join the labor market, the rules of this market operate in a way that puts women at a disadvantage because of their reproductive activities. As a result of the gender-based division of labor, women's lower-paid work reinforces men's dominance over women, while women's domestic responsibilities support their inferior position in the labor market. In this sense, it is stated that providing women with less wages, rights and advancement opportunities preserves the material basis of the patriarchal system. One of the pillars of this order is seen as socio-cultural factors. In this sense, socio-cultural factors, namely patriarchal structures, mentalities and practices that dominate the family, society and the state, play a role in limiting women's labor supply by preventing women from accessing education and employment (Toksöz, 2015: 37-39). One of these limitations is vertical segregation, which represents one of the discriminations experienced by women in business life. Vertical segregation is about the positions that women and men occupy in the hierarchy of the work environment. In business environments where women and men work together, women generally cannot come to important and decision-making positions in terms of management due to various obstacles. For this reason, glass ceilings are encountered in work life, which prevent the rise of women and express barriers whose existence cannot be seen even though they are not legal. Accordingly, it is seen that women who succeeded to become managers are concentrated in the lower and middle levels. Answering the question "why women's work is different from men's work and they pay differently" on the subject from the perspective of emotional labor, Özkaplan (2009: 18) points to the view of feminists on this issue. As the main reason for the occupational/wage stratification, feminists emphasize that jobs are also socially and historically gendered and that this gendering is reproduced by women and men in daily practice. Accordingly, women are motivated and forced to work, which is almost an extension of their roles and responsibilities at home, and they are

forced into women's work, which is seen as less valuable (Urhan and Etiler, 2011: 198). At this point, it is stated that three cultural acceptances that manifest themselves in social life, reproduced by various mechanisms and reflected in the labor market, come to the fore. The first of these is the exclusion of women from the workplace by arguing that women's place is in the home and their main responsibility is domestic work, the second is the presupposition of limiting women to certain occupations, and the third is the cultural acceptance related to innate differences between the sexes (Reskin and Hartman, 1986: 38). As can be seen, the basis of discrimination against female employees in work life is based on the patriarchal structure based on cultural values. For this purpose, in this study, a conceptual discussion has been tried to be put forward by referring to the connection of the patriarchal structure with the problems of women in work life and the concept of vertical discrimination, which represents a view of these problems. Evaluating the findings of different articles in the literature on the subject, it was underlined to draw attention to the existence of the concept of vertical discrimination in work life.

Giriş

Geçmişten günümüze yönetim ve örgüt literatürü birikimli bir şekilde ilerleyerek çalışma yaşamındaki birçok kavram ve uygulamanın farklı perspektiflerden ele alınmasını hem gerekli kılmış hem de bunu kendi argümanlarıyla desteklemiştir. Klasik yönetim yaklaşımlarından bugüne değişen birçok yaklaşımla örgütler ve çalışma şekilleri ile ilgili birçok farklı bakış açısı geliştirilmiştir. Bu bakış açılarının çoğunun ortaya çıkışı ve şekillenişinde ise örgütlerin hem içsel hem de dışsal çevrelerinin etkilerinin olduğunu görmek mümkündür. Örgütsel çevre gerek örgütün yaşamına devam etmesi gerekse ekonomik amaçlarının gerçekleştirilmesi için hizmet eden önemli bir kaynak olarak görülmüştür. Örgütsel çevrenin bu dikkate değer yapısı, örgüt ve yönetim üzerine çalışanları ve uygulamacıları, belirli bir ortamın ya da toplumun kültürel değerlerini de incelemeye karşı bir merakın oluşmasında etkili olmuştur. Örgütlerin rekabetçi yapılarını koruyabilmeleri, paydaşları arasında meşruiyet kazanmaları ve daha birçok önemli kazanımları toplumsal kültürün özelliklerine eğilmeyi de gerekli ve vazgeçilmez kılmıştır. Bu anlamda birçok çalışmada (bkz. Aycan, Kanungo, Mendonça, 2016: 179; Aycan vd., 2000: 194; Aycan ve Kanungo, 2000: 28; Aycan, Kanungo ve Sinha, 1999: 503; Aycan ve Gelfand, 2012: 1309; Çağlar, 2001: 138; Emre, 2003: 459-460; Hofstede, 2001; Kongar, 1977: 25; Morgan, 1998: 150; Nişancı, 2012: 1285; Paşa, Kabasakal ve Bodur, 2001: 584-585; Schwartz, 1999: 24; Steers, Nardon, Sanchez-Runde, 2009: 76; Yüksel, 1999: 23) örgüt kültürü, yönetsel roller ve liderlik gibi örgütle ilgili konuların önemli bir öncülü olarak kabul gören toplumsal kültürün örgütsel alanla etkileşimi temel inceleme konularından biri haline gelmiştir. Bu etkileşimin yansıdığı önemli alanlardan biri de toplumların iş yapış şekilleridir. Türk iş yaşamındaki örgütlerin iş yapış şekillerinde de bazı

kültürel olguların ön plana çıktığı görülmektedir. Bu kültürel değerlerden birisi de ataerkil yapı ve paternalizm olgusu olmuştur. Öte yandan kolektivizm de Türk kültürünün içerisinde hem toplumsal hem örgütsel kültürün en baskın özelliği olarak görülmüştür (Paşa, Kabasakal ve Bodur, 2001: 584-585). Kültüre dair bu değerlerin iş yaşamındaki etkisinin görüldüğü alanlardan birini de toplumsal cinsiyet temelli ayrımcılıklar oluşturmaktadır. Bu anlamda çalışmanın konusu, Türk çalışma kültürü içerisindeki ataerkil yapının toplumsal cinsiyet yaklaşımı açısından kadının yeri üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğunu irdelemek önemlidir. Bu bakımdan bu çalışmanın amacı, Türkiye gibi ataerkil toplum yapısının ve erkek egemen değerlerin hâkim olduğu bir ülkede kadınların iş yaşamına girişi ve daha sonraki sürecin nasıl şekillendiğine ilişkin bir inceleme sunmaktır. Bu amaçla ülkemizdeki ataerkil anlayışın örgütsel alanda çalışan kadınların deneyimledikleri ayrımcılıklar üzerindeki etkileri araştırma konusu edilmiştir.

Türk Kültüründe Ataerkillik ve İş Yaşamına Yansıması

Toplumsal cinsiyet rolleri ve kalıp yargılar yüzyıllardır ataerkil sistem içinde belirlenmektedir (Bayat ve Parıldar, 2021: 748). Emeğin tarihi ise geçmişten günümüze erkek üzerine yoğunlaşmış ve kadın emeği hane içerisinde kalmıştır. Kadın emeğinin hane içerisinde kalmasının temel sebebi olarak geleneksel toplumsal roller gösterilmiştir. Geleneksel toplumsal rollere göre kadına verilen görevler genellikle evdeki işler, çocuğun ve ailenin bakımı ile sınırlı kalmış olup kadınların bu durumun önüne geçerek erkeklerle eşit olma istekleri ilk olarak Fransız Devrimi'nde ortaya çıkmıştır. Bu dönemde toplumsal rollere rağmen çalışan az sayıda kadın, düşük ücret ve kötü çalışma koşulları gibi unsurlara karşı çıkmak için bir hareket başlatmışlardır. Fakat konuyla ilgili yaşanan tüm dönüşüm ve gelişim sürecine rağmen eşitlik istenilen seviyeye gelememiştir (Göcen, 2018: 316; Gökçimen, 2008: 6-7). Kadınların eşitlik yanlısı çabalarının ardından çalışma yaşamına girişi ancak 18. yüzyılın sonlarına rastlamaktadır. Sanayi devrimi ile birlikte ortaya çıkan üretim artışı ve düşük ücretle çalıştırılabilecek iş gücü ihtiyacının ortaya çıkması bunda en önemli faktörü oluşturmuştur (Yılmaz, Bozkurt ve İzci, 2008: 91). Tarımda makinelere dayalı üretime geçilmesi, öncelikle erkek iş gücünün ardından da kadın iş gücünün sanayide yer almalarına neden teşkil etmiştir. Bu süreçte 1929 ekonomik bunalımıyla ortaya çıkan işsizlik sorunu nedeniyle evlerine dönmek zorunda kalan kadınlar, İkinci Dünya Savaşı sonunda genişleyen savaş sanayi ve erkek iş gücünün savaş yüzünden azalması nedeniyle yeniden iş yaşamına dönme fırsatı yakalamışlardır. 1940'lı yıllar ve sonrasında ise dünyada kadının iş gücüne katılımı gittikçe artmış ve gerek ekonomistler gerekse toplum bilimciler yaşanan bu dönüşümün nedenlerini birbirinden farklı sebeplere bağlamışlardır. (örneğin toplum bilimciler toplumdaki iş normlarında yaşanan değişim; ekonomistler ücret oranları, vergi sistemleri, demografik değişimler, verimlilik oranları vb.) 1980'li yıllara gelindiğinde ise ülkelerin çoğunda kadınların istihdamdaki

payının daha da arttığı görülmektedir. Öte yandan bu artışın her alanda kadın işgücünün genişlemesi anlamına gelmediği, dünya genelinde kadın işgücünde artış olmasına rağmen gelişmiş ülkelerde dahi bu artışın cinsiyete dayalı işbölümünü ortadan kaldırmaya yetmediği belirtilmektedir (Yılmaz vd., 2008: 92). Nitekim bu durumun 2000’li yıllarda da görece değişen düzeylerde olmakla birlikte sürekliliğini koruduğunu söylemek mümkündür.

Kadın iş gücüyle ilgili Türkiye’deki gelişmeler ise dünyadakilerle paralellik göstermiştir. Daha önceki dönemlerde ücretsiz aile işçisi statüsünde çalışma yaşamında olan kadınlar 1843 yılında ilk defa Tıbbiye Mektebi bünyesinde ebelik eğitimi almışlar ve bununla birlikte iş yaşamına girişleri kurumsal bir kimlik kazanmıştır. Böylelikle kadınlar, 1950’lerde kırdan kente göçün artışıyla 1970’lere kadar sanayinin ihtiyaç duyduğu iş gücünün bir kısmına cevap vermiştir (Yılmaz vd., 2008: 92). 1950’lerden sonra ise ülkemizde tarıma dayalı ekonomi tarımsal sanayiye dönüşmüş ve köyden kente göç hızlanmıştır. Bunun sonucunda toplumsal yapı değişmeye ve gelişmeye başlamıştır. Bu dönemde yaşanan kentleşme, eğitim, iş bulma imkânı gibi etkenlerle kadınların işgücünde yer almaları mümkün olmuştur (Göcen, 2018: 317). Öte yandan Türkiye’de kadınların iş gücüne katılımını engelleyen bazı etmenler de ortaya çıkmıştır. Buna göre Türkiye’de kadınların istihdam statüleri incelendiğinde, kadınların önemli bir kısmının ücretsiz aile işçisi statüsünde bulunduğu görülmüştür. Bu yüzden, köyden kente göçle birlikte kadın iş gücünün tarım kesiminden çözüldüğü ancak kente göç eden iş gücünün burada emek piyasalarına giriş yapamadığı ifade edilmiştir. Kadın iş gücünün kentlerdeki iş gücüne dahil olamamasının ikinci engeli ise eğitim seviyesinin düşük olması ile ilgilidir. Bu anlamda tarım sektöründe ücretsiz aile işçisi olarak çalışma imkânı bulabilen kadın iş gücünün kentlerde sahip olduğu düşük eğitim seviyeleri ile emek piyasalarına giriş yapamadığı ve ev kadını statüsünde kaldığı belirtilmiştir. Türkiye’de kadınların iş gücüne katılımını etkileyen ve kentlerdeki emek piyasalarında kadınların iş gücüne katılma oranlarının düşük olmasına neden olan bir diğer unsur da kayıt dışı istihdamdır. Buna göre istihdam verileri içerisinde ‘çalışmıyor’ olarak yer verilen bir kısım kentte yaşayan kadının, fason üretim yapan işletmelerden ve toptancılardan parça başına iş aldığı, bunların dışında dikiş, gündelik işçi, örgü işleri gibi işlerde çalıştıkları ifade edilmiştir. Kadınları bu tarz bir kayıt dışı istihdama yönelten neden ise çocuklu kadınların çocuklarını bırakabildikleri yerlerin olmaması veya bu yerlerin ücretlerinin fazla olması şeklinde gösterilmiştir. Ülkemizde kadınların iş gücüne katılımının önündeki diğer engeller ise yaş (özellikle 20-24 yaş grubundan sonra azalan iş gücüne katılım oranları), yasal düzenlemeler (emzirme odaları, yuva-kreş açma zorunluluğu vb.) ve medeni durum olarak gösterilmiştir (Özer ve Biçerli, 2004: 66-70). Genel olarak değerlendirildiğinde erkekler için olumsuzluk teşkil etmemekle birlikte kadınların iş gücüne katılımını engelleyen bu gibi alt başlıklar Türk iş yaşamındaki erkek egemenliğinin devamlılığına

da hizmet etmiştir. Nitekim iş yaşamında ataerkil düzeni temsil eden bu yapı da Türk iş yaşamının kendine özgü bir kültürünün ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu kültürü anlamak içinse ülkemizin içerisinde bulunduğu bölgenin ve Ortadoğu'nun kültürel özelliklerine bakmak önemlidir.

Tarihsel süreçte Ortadoğu, insan ve iktidar ilişkileri açısından diğer kültürlerden farklı bir temsiliyet göstermiştir. Ortadoğu'da, yönetim kademesindekiler ve halkları arasındaki ilişki, hiyerarşik bir ilişkiden ziyade “kardeş” ilişkisiyle temsil edilmektedir. Toplumun tüm kesimlerindeki insanlar içerisinde buldukları toplumun “çocukları” veya “kardeşleri” olarak görülmüştür. Bu dönemde erkekler, buldukları toplumsal statünün önemi olmadan birbirleriyle iletişime geçebilmiş, kimse bir diğerinin önünde statüsü yüzünden boyun eğmemiş veya diz çökmemiştir. Burada hem kadın hem de erkek içerisine doğduğu ve bağlı olduğu ataerkil toplumla yakın bir ilişki içerisinde görülmüştür (Demren, 2008: 322).

Ortaya çıkışı Mezopotamya kent devletlerine kadar dayandığı bilinen ataerkil kültürün (Arıkan, 1997:4) benimsendiği eski toplumlarda ise kadının doğurma özelliği onu kutsallaştırmış ve kadının tanrıça olarak toprağın üretim işlevi gösterdiği gibi insanları ürettiğine inanılmıştır (Yıldırım, 2017: 194). Ancak Mezopotamya ve Ortadoğu'daki bu ataerkillik anlayışlarının çoğu, günümüze gelindiğinde, Türkiye'deki kadınların iş yaşamındaki varlıklarını olumsuz şekillerde etkileyen değerlere dönüşmüştür. Bu anlamda Türkiye'deki ataerkil kapitalist üretim biçiminde ve toplum sisteminde, kadınların günlük yaşamlarındaki sıkıntılarının sosyal yaşam ve çalışma yaşamında da sürdüğü görülmektedir. Buna göre, kadınların çalışırken karşılarına çıkan problemler onların toplumdaki ve evin içindeki konumları ile doğrudan bağlantılıdır. Çoğu kadın için çalışma şartlarının ağırlığı, uzun süren çalışma saatleri ve vardiyalı sistem büyük problemleri beraberinde getirmektedir. Söz konusu problemler özellikle kadınların iş yaşamında uğradığı ayrımcılıklarda kendini göstermektedir. Burada kadınların maruz kaldıkları en önemli ayrımcılık ise erkekler ile benzer işi yapıyor olmasına karşılık kadın çalışanların daha düşük ücret düzeylerine sahip olmaları olarak ifade edilmiştir (Özer, 2017: 1421). Söz konusu ayrımcılığın nedenleri ise büyük çoğunlukla iş gücü piyasasındaki ayrımcılıkla açıklanırken, kadınların beşeri sermaye yatırımı ve iş deneyimlerindeki dezavantajlı durumlarının mesleki konumlarına ve iş yerindeki pozisyonlarına yansması da ücret eşitsizliğinin diğer etkenleri olarak görülmektedir (Çakır, 2008: 34). Öte yandan, kadınların uğradığı ücrete yönelik ayrımcılık, ataerkil yapının etkilerinden yalnızca bir tarafını temsil etmektedir. Bunun yanı sıra Türkiye'de çalışma yaşamı bağlamında ortaya çıkan ataerkillik, kadın çalışanlara yönelik olarak iş-yaşam dengesi (Bakıcı ve Aydın, 2020), cam tavan sendromu (Özel Bilim ve Bülez, 2018), kadınların sosyal sermayelerini kullanarak eril düşünce merkezli ayrımcılık ve eşitsizliklerle mücadeledeki stratejileri (Güvenel Karaduman ve

Ergun, 2018), toplumsal sınırlar olarak kadın işi-erkek işi anlayışı (Kıran ve Avcı, 2018), kadınların yetki ve karar verme mekanizmalarına katılımı (Ayyıldız Ünnü, Baybars ve Kesken, 2014) gibi birçok konuyu da ön plana çıkarmaktadır.

Kadınların toplumdaki sözü edilen bu ayrışmalara maruz kalmalarının sebeplerinden biri de hane içindeki kadın yükümlülüklerinin iş yaşamındaki yansımalarıyla ilgilidir. Nitekim Türkiye’de, ataerkil düzenin şekillendirdiği toplumsal sistemde, kadınların günlük yaşamlarında deneyimledikleri sıkıntılar çalışma yaşamında da devam etmektedir. Dolayısıyla kadınların çalışma sırasında yüz yüze geldikleri sorunlar onların toplumdaki ve hane içindeki konumları ile doğrudan bağlantılı hale gelmektedir. Pek çok kadın için çalışma koşullarının ağırlığı, uzun çalışma saatleri ve vardiya sistemi büyük sorunları teşkil etmektedir. Bu sorunlar erkek çalışanların da yaşadığı sorunlar olmakla birlikte özel alanın kadınlar açısından yarattığı iş yükü ile birleştiğinde onlar için daha ağır bir tempoyu ortaya koymaktadır (Özer, 2017: 1421). Türkiye bağlamında iş yaşamında ataerkilliğin kadınlar açısından ortaya koyduğu bu ağır tempo ve diğer olumsuz etkileri, kadınların maruz kaldıkları sancılı süreçler üzerinden okumak çalışmada kültürün etkisini doğru konumlandırmak açısından önemli görülmektedir.

İş Yaşamında Ataerkillik ve Kadınlığın Gizli Sancıları: Cinsiyet Temelli Ayrımcılık

Ayrımcılık genel anlamıyla, herhangi bir kamu yararı ya da mantıklı bir gerekçe söz konusu olmadığı halde, bir insana benzer durum ve koşullardaki diğer kişilerden farklı ve eşit olmayan bir davranışı ifade etmektedir (Çelenk, 2010: 211). Bu bağlamda cinsiyet temelli ayrımcılık ise genel olarak bir kişiye cinsiyeti nedeniyle diğerlerinden farklı işlem yapılması olarak tanımlanabilir. Diğer bir deyişle bir kişinin bir kadına, cinsiyetine dayalı olarak bir erkeğe davrandığından daha olumsuz ya da daha az olumlu davranması ve/ veya biçimsel olarak eşitlikçi gözükken davranış ve uygulamaların sonradan kadın üzerinde ayrımcı etkiler yaratması şeklinde tanımlanmaktadır (Köse Ünal ve Hasar, 2015: 48). Bu anlamda, iş gücü piyasalarında kadınların işe alınmaları, terfi ettirilmeleri ve ücretlendirilmeleri erkek işçilerden farklı olarak verimlilik dışındaki faktörlerden etkilenmekte ve kadınların objektif olarak değerlendirilebilen kriterlerin dışında erkek işgörenlerden farklı olarak değerlendirilmesi söz konusu ayrımcılığı ortaya çıkarmaktadır (Özkan ve Özkan, 2010: 92). Cinsiyet temelli ayrımcılığı sosyal yaşam ve çalışma yaşamında doğrudan (açık) ayrımcılık ile dolaylı (örtülü) ayrımcılık olarak gözlemlemek mümkündür. Burada doğrudan veya açık cinsiyet ayrımcılığı, bir kadına veya erkeğe iş duyurularında, iş görüşmelerinde, işe alımda, iş sözleşmesinin şartlarının oluşturulmasında, iş ilişkisi devam ederken ve iş sözleşmesinin sona erdirilmesinde, sadece cinsiyetinden veya biyolojik cinsiyetine ilişkin özelliklerden (örneğin gebelik, doğum, emzirmeden) veya toplumsal cinsiyetinden (örneğin cinsiyet klişelerinden) ötürü,

kural olarak benzer konumdaki diğer cinsiyet grubundan mevcut veya bazı durumlarda varsayımsal kişiye kıyasla mevzuatın öngördüğü haklı bir neden (istisna) olmadan keyfi olarak farklı olumsuz muamelede bulunulması olarak tanımlanabilmektedir. Dolaylı cinsiyet ayrımcılığı ise bir hüküm, kriter ya da uygulama, meşru bir amaçla yasallaştırılmamışsa ve bu amaca ulaşmak için uygun ve gerekli değilse, görünüşte tarafsız olan bu hüküm, kriter ya da uygulamanın, bir cinsiyettekileri diğer cinsiyettekilerle karşılaştırıldığında daha aşağı bir duruma getirmesini kapsayan ayrımcılık türüdür (Aktaran Halaçoğlu, 2021: 182-183). Kadına cinsiyeti nedeniyle işe girişten başlayarak istihdamın her aşamasında farklı davranılması cinsiyet temelli doğrudan ayrımcılığın bir örneğini oluşturabilecekken, kadın çalışanların işyerindeki eğitime katılmalarını engellemek amacıyla örgüt içi eğitimin hafta sonu veya iş saati sonrası yapılması ya da kadınların işe girmelerini engellemek amacıyla işin niteliği gerektirmediği halde bazı özel fiziksel özelliklerin aranması dolaylı ayrımcılık uygulamalarından bazıları olarak görülebilecektir. Bununla birlikte cinsiyet temelli ayrımcılıklar, kadınların öncelikle ücret eşitsizlikleriyle erkeklere göre kazancını azaltırken, bunun yanı sıra emeklilik gelinde, işsizliğe yatkınlıkta, iş başında eğitimde, mesleki ve statü hareketliliğinde, prestijde, streste, güçte ve hane içindeki iş bölümünde cinsiyet temelli ayrımlara da sebep olmaktadır (Reskin ve Hartman, 1986: 13). Nitekim bu ayrımcılıkların ortaya çıkış noktalarından birini içerisinde bulunan toplumun kültürel değerleri oluşturmaktadır. Bu ayrımcı etkilerin kadınlar açısından ortaya çıkardığı olumsuzluklardan bazılarını ve toplumsal kültürel değerlerle olan bağlantısını ise Tablo 1’de yer verilen çalışmaların bulgu ve sonuçlarından okumak mümkündür.

Tablo 1. İş Yaşamında Cinsiyete Dayalı Ayrımcılık Üzerine Bazı Çalışmalar

Çalışmalar	Bulgu ve Sonuçlar
Bettio, Verashchagina, Mairhuber, Kanjuo-Mrcela (2009)	İş yaşamındaki ayrımcı etkilerin farklı kültürel alanlarda ortaya çıkardığı etkileri görebilmek için bağlamsal çalışmaların bulgularına dikkat çekmek önemlidir. Nitekim ülkeler arası çalışmalar ayrımcılıkla ilgili önemli bir etkiyi göstermezken, ayrıntılı ve ülkeye özgü ekonometrik analizlerin olduğu çalışmalar ise meslekler, sektörler veya endüstriler arasındaki veya içindeki ayrımcılıkları doğrulamaktadır (Bettio, Verashchagina, Mairhuber, Kanjuo-Mrcela, 2009: 45).
Gökkaya (2011)	İş yaşamındaki ayrımcı etkilerin kadınlar açısından ortaya çıkardığı olumsuzluklardan biri de kadına yönelik ekonomik şiddet üzerinden açıklanmaktadır. Toplumsal kültürel yapı içerisinde kadınların görmüş olduğu bu tür bir şiddet, diğer şiddet türlerine oranla daha az konuşulmasına karşılık, kadınların maruz kaldığı birçok şiddet türünün temelinde de ekonomik şiddet yer almaktadır. Diğer bir deyişle kadınların ekonomik anlamda bağımlı kılınması, onların büyük oranda fiziksel, psikolojik, cinsel ve ekonomik anlamda şiddete maruz kalmasına neden olmaktadır (Gökkaya, 2011: 104).
Özçatal (2011)	Çalışmanın bulgularına göre ülkemizde kadınların çoğu çalışma yaşamına katılma kararını kendisi vermektedir. Ancak bu durumda ailenin geçim sıkıntısı etkili olmakta ve ekonomik koşulların zorlaması ile geçim sıkıntısı çeken ailelerde baba, koca, ağabeyin kadınların çalışmalarına izin vermekten başka bir seçenekleri kalmamaktadır. Kadınların çalıştıkları işyerinin seçimini ise eş, baba, ağabey, amca gibi ailenin erkek üyeleri yapmaktadır. Buradaki tercih ve seçimlerde ise kültürel normlar, gelenekler ve toplumsal cinsiyet rolleri belirleyici olmaktadır. Bu anlamda çalışma yaşamının yapısı ve kadınların çalışma yaşamına katılımları toplumsal cinsiyet temelli iş bölümü ve

	ataerkillikten kaynaklanan sosyokültürel değerler ve toplumsal cinsiyet rollerinden etkilenmektedir (Özçatal, 2011: 35).
Bakıcı ve Aydın (2020)	Uluslararası literatürde hâkim olan ve kadınların iş-yaşam dengesinin sağlanmasında olumsuz bir etkiye sahip olan ataerkillik, Türkiye’de de kadınların iş yaşam dengesinin sağlanmasına büyük bir engeli oluşturmaktadır. Bu yüzden, kadınlara yönelik pozitif ayrımcılık sağlayan ya da tamamen kadın erkek hak eşitliğine dayanan kurallar koyulmasına ihtiyaç vardır. Ancak otorite tarafından konulan kurallar, toplumun bakış açısını değiştirmede yeterli olamayacağı için firmaların gerek işe alım süreçlerinde gerekse de bünyelerinde çalışan kişilere yönelik olarak, cinsiyet eşitliğine dayanan bir yaklaşımı benimseyip benimsemediklerinin denetlenmesi gerekli görülmektedir. Bu denetimin ise kamu kuruluşları ya da bağımsız denetim kuruluşları tarafından gerçekleştirileceği ifade edilmektedir (Bakıcı ve Aydın, 2020: 92).

Tablo 1’e genel olarak bakıldığında, iş yaşamındaki cinsiyet temelli ayrımcılıkların kadınlara yönelik farklı etkilerinin olabildiği görülmektedir. Bunun yanı sıra ülkelerin kültürleri açısından da bağlamsal çalışmaların önemine işaret edilmektedir. Bu bağlamda, Türk çalışma ortamının çıktıları açısından da ataerkil iş görme kültürünün, toplumsal cinsiyet temelli ayrımcılığa hizmet ettiği söylenebilecektir.

Türk çalışma yaşamında kültürel değerlerin etkisiyle ortaya çıkan önemli bir ayrımcılık noktası da toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümüdür. Yazında, kadınların doğaya ait görülmesi erkeklerin ise bir “kültür varlığı” olarak kabul edilmesi cinsiyete dayalı iş bölümü kavramını ortaya çıkarmıştır. Biyolojik önyargılar sonucunda ortaya çıkan bu iş bölümü, kadının ücretli emek piyasasından çekilmesini ve üretken işlerin erkeklere bırakılmasını öngören bir iş bölümünü ifade etmektedir. Kadınlar bu iş bölümünün içerisinde ekonomik ve sosyal yaşamdan dışlanmakta ya da ücretli emek piyasasına dahil olsalar bile ikincil bir konuma yerleştirilerek erkeğin “üst” konumunu aşmayacak işlerde çalışmaktadırlar. Dolayısıyla kadınlara dayatılan cinsiyete dayalı iş bölümünün etkilerini iki şekilde ifade etmek mümkündür. Birincisi kadınların gösterdikleri “sevgi emeği” nden kaynaklanmaktadır. Buna göre kadın, aile içinde yeniden üretim ve bakım faaliyetlerini sürdürür. Ev işleri, kadının varlığı gibi doğallaştırılan ve cinsiyetçileştirilen bir alan olarak daha bebekken kadınların üzerine atılmaya başlanmıştır. İkinci olarak kadın, ailenin içinden dışarı adım attığında ise sanayi temelli patriarkal ilişkilerle karşılaşmaktadır. Bu ilişkiler içinde kadınlara düşük ücret ve daha az ilerleme imkânı dayatılmaktadır. Bununla birlikte kadınlar ücretli iş piyasasına dahil olsalar dahi onların hane içinde doğallaştırılarak üzerlerine yıkılan sorumlulukları devam etmektedir. Söz konusu “ev işi” olarak nitelendirilen sorumlulukların devam etmesi ise şu sonuçları doğurmaktadır: Kadınlar ücretli istihdamın içerisinde yer almayı çoğu zaman geçim sıkıntısı sebebiyle tercih etmektedirler ve kadınların hangi işte ne kadar süreli çalışacağına bu sorumlulukları göz önüne alınarak karar verilmektedir. Zira toplum ve toplumun en küçük birimi olan aile nezdinde kadınların önceliği ev işi, çocuk bakımı, ailede bakıma muhtaç yaşlı varsa bu kişilerin bakımı olarak belirtilmektedir (Halaçoğlu, 2021: 185-186; Özçatal, 2011: 35). Nitekim toplumdaki cinsiyete dayalı iş bölümü içerisinde kadınlar için biçilen bu roller

ataerkil kültürün de etkisiyle olumsuz sonuçlara yol açabilmektedir. Bu bağlamda, ülkemizdeki ataerkil kültürün ayrımcılıktaki ortaya çıkış biçimlerinden birini işlerin kadın işi-erkek işi ayrımına tabi tutulmasında görmek mümkündür. Toplumumuzda çalışan kadının mesleki konumunun kadın işi ile sınırlandırılması, iş yaşamında kadın olmanın bir diğer zorluğunu ortaya çıkarmaktadır. Ülkemizde özellikle imalat sektöründe çalışan kadınlar sınırlı alanlarda etkinlik gösterirler ve etkinlik alanları geleneksel olarak kadın işi olarak nitelenen işleri içerir. Dolayısıyla işlerinin bu nitelikleri itibariyle kadınlar yükselme olanağına da sahip görülmemişlerdir. Bunun nedenleri ise ilişkilerdeki ataerkil ideolojinin etkinliği, evlilik ve çocuk sahibi olma nedeniyle çalışma yaşamının kesintiye uğraması ile eğitim ve beceri düzeyinin düşüklüğü olarak ifade edilmiştir (Oskay, 1984: 122).

Türk toplumunda kadının çalışma yaşamında toplumsal cinsiyet temeline dayanan iş bölümünün önemli dayanak noktalarından biri de toplumdaki kültürel değerler dizgesidir. Bu doğrultuda çalışmanın konusu itibariyle Türk iş yaşamında kadınların uğradığı ayrımcılıkların temelini görebilmek için kültürel yapıyı da incelemek gerekmektedir. Bu bağlamda Türk kültürel değerlerinde yer eden ve kadının iş yaşamındaki varlığının önemli belirleyicilerinden biri olarak görülen ataerkil yapının hangi kültürel değer boyutlarından beslendiğini açıklamak önemli görülebilecektir.

Kültürel Değer Sınıflandırmalarında Türkiye'nin Yeri ve Ataerkil Yapının İzleri

Türk iş yaşamında kadınların uğradığı ayrımcılıkların kökenlerini oluşturan hususlardan en önemlisi kültürel yapıdır. Bu bağlamda ataerkil yapının iş yaşamındaki ayrımcılıkları şekillendiren yapısının temelini oluşturan kültürel değer boyutlarını açıklamak gerekmektedir. Kültürel değer boyutları açısından yazın incelendiğinde dört temel boyutun öne çıktığı görülmektedir. Konuyu ilk olarak ele alan Hofstede (1980) bu boyutları güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma düzeyi, erillik-dişillik ve bireycilik-toplulukçuluk olarak ifade etmiştir. Burada güç mesafesi, “bir ülkenin nüfusunu oluşturan insanlar arasında normal olarak kabul edilen eşitsizliğin düzeyi” iken belirsizlikten kaçınma ise bir ülkedeki insanların yapılandırılmış veya yapılandırılmamış durumları tercih etme derecesi olarak tanımlanmaktadır. Boyutlardan erillik-dişillik ise toplumdaki erkek ve kadınların rolleri ile ilgilidir. Buna göre çoğu toplumda atılganlık, performans, başarı ve rekabet gibi değerler erkek rolleri ile ilişkilendirilirken yaşam kalitesi, kişilerarası ilişkiler, tevazu, zayıfları koruma ve dayanışma gibi değerler genellikle kadın rolüyle ilişkili görülmektedir. Bütün ülkelerde kadınların rolü erkeklerin rolünden farklı olarak algılanabilir. Fakat bazı toplumlarda bu algısal farklılık diğerlerinden daha yüksek düzeydedir. Eğer farklılıklar büyükse baskın değerler ‘erkeksi’ ve toplum ‘zor’ olarak adlandırılırken farklılıklar nispeten

küçükse hâkim değerler daha ‘kadınsı’ ve insanlar daha ‘hassas’ olarak görülürler (Hofstede, 1994: 5-6). Hofstede’in ele aldığı diğer boyut olan bireycilik-toplulukçuluk boyutunda ise bireycilik, bir toplumda bireylerin bir grubun üyesi olmak yerine birey olarak davranmayı ne ölçüde tercih ettiklerini ifade ederken (Hofstede, 1994: 5) toplulukçuluk kendini bir veya daha fazla grubun bir parçası olarak gören, bu grupların normları ile hareket eden ve grubun hedeflerini kendi kişisel hedeflerinin önüne koymada gönüllü olan bireyler ile örtüşen sosyal bir sistemi vurgulamaktadır (Çalışkan ve Özkoç, 2016: 242-243). Nitekim bu sistem de paternalizme karşılık gelmekte ve bu anlayış Türkiye gibi ülkelerde ataerkil yapının da temelini oluşturmaktadır. Buna göre Hofstede’in kültürel değer boyutları açısından bakıldığında, bireyler arasında daha insancıl, sıcak ve yardımsever ilişkilerin ön planda olduğu dişil özellikler gösteren toplumlarda liderlik davranışlarının iyi niyetlilik, yardımseverlik gibi paternalist özellikler taşıyacağı ifade edilmektedir (Çalışkan ve Özkoç, 2016: 243). Böylesi bir paternalist kültürün iş yaşamındaki erkek egemen yapıyı ve ataerkil anlayışı sürdürmede önemli bir katkı sağlayacağı ise yadsınamayacaktır. Benzer şekilde Türkiye bağlamındaki yüksek güç mesafesi ve belirsizlikten kaçınmanın da ataerkil yapıyı güçlendirici çıktılar sağladığını görmek mümkündür. Bu anlamda, Türk toplumu gibi toplumlarda liderlerden bekledikleri baba görüntüsü, sorumluluğu babaya atarak önemli gördükleri sorunlarının çözümünü sağlamak ve artık onlara bakma, onları doyurup kollama görevi babaya geçmektedir (Sargut, 2015: 200). Bu sürecin çıktılarında biri olarak ise ataerkil çalışma kültürü ve iş yaşamındaki sonuçları ortaya çıkmaktadır.

Yazına kültürel değer sınıflandırmaları açısından bakıldığında Türkiye’deki çalışma kültürüne ışık tutması açısından göze çarpan önemli bir diğer çalışma ise GLOBE (2004) araştırması olmaktadır. Çalışma Hofstede’in çalışmasının alandaki öncülüğünü kabul etmekle birlikte kapsam açısından daha detaylı bir kültürel değerler çerçevesi sunması açısından önemli görülebilecektir. Araştırmada belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi, kurumsal toplulukçuluk, iç-grup toplulukçuluğu, insan odaklılık, performans odaklılık, cinsiyet eşitlikçiliği, atılganlık ve girişkenlik gibi boyutlar ele alınmıştır (Sargut, 2015: 349-357). Bu boyutlar arasında belirsizlikten kaçınma ve güç mesafesi Hofstede’in boyutları ile aynı anlamda kullanılırken diğer boyutları kısaca şöyle açıklamak mümkündür. Boyutlardan kurumsal toplulukçuluk, kurumsal uygulamaların toplulukçu davranış ve paylaşımı ne kadar desteklediğini açıklarken, aile toplulukçuluğu bireylerin içinde buldukları sosyal grup/örgüt veya aileye ne derece toplulukçu değerlerle yaklaştığını açıklamaktadır. Bu boyutların yanı sıra GLOBE çalışması, kültürleri birbirinden ayıran cinsiyet eşitliği, performans odaklılık, insan odaklılık, gelecek odaklılık ve kararlılık boyutları olduğunu da ileri sürmüştür. Bu anlamda GLOBE, Hofstede’in (1980) cinsiyet eşitliği ve rolleri üzerinden açıkladığı erillik boyutunu performans odaklılık, atılganlık, cinsiyet

eşitliği ve insan odaklılık boyutlarına bölerek açıklamıştır (Aktaş, 2010:12). Bunlardan cinsiyet eşitliği topluluğun cinsiyet eşitsizliğini ne ölçüde asgariye indirgemeye çalıştığını; performans odaklılık, toplum ya da örgütlerin bireylerin performans gelişimini ne derece teşvik ettiğini ve ödüllendirdiğini; insan odaklılık bireylerin/grupların birbirlerine karşı adil, nazik, ilgili ve cömert davranmalarını ne derece desteklediğini ve ödüllendirdiğini; gelecek odaklılık ise kültürün geleceğe yönelik planlama vb. davranışları ne kadar desteklediğini göstermektedir. Kararlılık kültürel boyutu ise bireylerin/grupların hakkını savunma, fikir ayrılığı olduğunda bunu açıkça ortaya koyma ve ilişkilerde agresif olma eğilimine ne derece sahip olduklarını ifade etmektedir (Wasti vd., 2013: 530). Değinilen boyutlara Türkiye açısından bakıldığında ise ülkemizin güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, kurumsal ve iç-grup toplulukçuluğu, performans odaklılık ve atılganlık-girişkenlik boyutları açısından yüksek değerler aldığı görülürken cinsiyet eşitliği ve insan odaklılık gibi boyutlarda düşük değerler aldığı gözlenmiştir. Nitekim bu çalışmanın konusu açısından da değerlendirildiğinde, Türkiye’de kültürel değer boyutlarındaki bu iki boyutun düşük değer almasının ataerkil bakış açısıyla ilgili olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu konudaki çalışmalardan birini Özçatal (2011) ele almış ve cinsiyet eşitliği boyutundaki düşüşün sebeplerinden biri olarak görülebilecek Türk ataerkil anlayışının iş yaşamındaki kadın çalışanlara yansımaları olduğunu bulgulamıştır. Buna göre kadınların çoğu asgari ücretin altında ücretlerle, sigortasız çalışmaktadır. Zayıf, uysal ve bağımlı olarak görülen kadın çalışanlar, eve ekmek götürerek görülmemenin yanı sıra onlara bakmakla yükümlü bir kocaya, babaya bağımlı varsayılmakta, kazandıkları aileye bir katkı şeklinde algılanmakta, sürekliliği ve kalıcılığı olmayan yedek iş gücü olarak nitelendirilmektedirler. Ayrıca bu kültürel değerlerin, kadınların yaptıkları işlerden aldıkları ücretlerinin düşük olmasına ve sigortasız çalıştırılmalarına zemin hazırladığı belirtilmektedir. İş yerindeki ataerkil deneyimin yoğun oluşu ise yöneticilerin kadın çalışanları anaları, bacıları, kızları gibi görmelerine neden olmaktadır. Bu doğrultuda kadınların, öğle yemeklerini erkek çalışanlardan sonra veya farklı yerlerde yediği, giyimlerine, makyajlarına, gülmelerine dahi dikkat etmek zorunda kaldığı belirtilmektedir. Bu ölçülerin dışına çıktığında ise işten çıkarma veya ücret azaltması ile karşı karşıya kaldıkları ve bu anlamda çalışan kadınların iş yerinde ataerkil anlayışın getirdiği sıkı bir denetime tabi oldukları ifade edilmektedir (Özçatal, 2011: 36).

Türkiye gibi ataerkil yaklaşımın yaygın olarak görüldüğü çalışma ortamlarının olduğu ülkelerde, kadınların kendilerini sürekli bir şekilde kanıtama ve yeterli gösterme çabası ile yaşadıkları sorunları çözmeye çalıştıkları görülmüştür. Bu anlayış içerisinde kadının annelikle özdeş sayılması, çalışma yaşamının gereği olarak kabul edilen ilgi, özveri, hırs ve cesaret gibi niteliklerden uzak görülmesi, yöneticilik ve kadın algılarının bir arada düşünülmesini de

zorlaştırmıştır. Bu algılar içerisinde kadınların, işe bağlılık duymadığı, ailesel yükümlülükleri sebebiyle işte yeterli ölçüde performans sağlayamayacağı şeklindeki ön yargılardan dolayı, yöneticilik gibi üst düzey konumlardan uzaklaştırılması ve daha alt düzey personel konumlarında çalışması mecbur hale getirilmektedir. Bununla birlikte kadınlar için, çocuk sahibi olmanın da konsantrasyon ve performansında düşüşe neden olacağı yönündeki algı nedeniyle yönetici kadınlar çalışma ortamlarında farklı zorluklarla karşılaşmaktadırlar. Bu anlamda yönetici konumundaki kadınlar; ideal bir eş, mükemmel bir anne ve başarılı bir iş kadını üçgeninde oluşan ikilemler etrafında yaşadıkları ayrımcılık, dışlanma ve aşağılanma ile mücadele edememekte ve iş ortamındaki ataerkil davranış kalıpları ve önyargılar içselleştirilerek yeniden üretilmektedir (Karaduman ve Ergun, 2018: 138-139). Nitekim bu da yönetsel yetkiyi temsil eden güç tarafından sunulan olanakların eşit dağılmamasına sebep olmaktadır.

Dünyada özellikle 1960'lı yıllarda yükselişe geçen feminist hareketle ortaya atılan kadın-erkek eşitsizliği, kadınların nasıl ezildiği ve onları ezen ataerkil sistemin doğası üzerine açıklamalar getirmeye çalışmıştır. Ancak konu edilenler doğal olarak hep kadınlar olduğundan, ataerkillik her zaman ataerkil yapının kadınlar üzerine kurulu tahakkümü ve bunun işleyiş şekli üzerinden ele alınmıştır. Nitekim ataerkillik, erkekler tarafından kuralları koyulan ve iktidarı belirlenen bir olgu olarak açıklanmaktadır (Demren, 2003). Öte yandan çoğu feminist araştırmacı, kadınların özel alanlarında ya da hane-içi olarak ifade edilebilecek yerlerde çeşitli dayanışma ağları oluşturduklarını ve bu ağlardan güç aldıklarını, patriarkal¹ baskı karşısında yaşamını sürdürebilmek için çeşitli stratejiler geliştirdiklerini ve patriarkal iktidarın bir “patriarkal pazarlığa” dayandığını işlemektedir (Acar Savran, 2002: 258). Nitekim bu pazarlık, kadının kendi benliğiyle yeniden ürettiği ‘güçlü kadınlığı’ nın da bir ilanı niteliğindedir. Bu anlamda gücünü sadece kendinden alan kadının, kadınlığını yeniden inşa etmesi karşısında erkekliğin de kendini yaratabilmesi için zayıf ve ezilen olarak gördüğü kadın olmadan kendini var edebilmesi gerekecektir. Diğer yandan geleneksel ataerkilliğin çöküşünün kadınları da aynı düzeyde tehdit ettiği ve bu yüzden kadınların genel olarak bu değişim sürecine direndiği söylenebilecektir. Çünkü kendi yaşamının dışında farklı bir yaşama biçimini bilmeyen kadınlar eski düzene sıkı sıkıya sarılarak, erkeğin ataerkil görevlerini gerçekleştirmesi için ona baskı yapmaktadır. Sonuçta, kültürel bağlamın bu ataerkil baskısı da beraberinde dikey ayrışmayı getirmektedir (Kandiyoti, 1997: 139).

¹Patriarkal kavramı erkek egemenliğinin olduğu, ataerkil yapıyı temsil etmektedir. Patriarkal sistem bir toplum içinde gelişen sosyal ilişkilerde erkeğe ayrıcalığın tanındığı ve erkeği daha güçlü kılan sistemi ifade etmektedir (Karataş, 2013: 4).

Kültürün Etkisinde Toplumsal Cinsiyet Temelli Ayrımlar: Yatay ve Dikey Ayrışma

Toplumsal cinsiyet kavramı, bir kültürel inşa süreciyle gerçekleşmekte ve bu inşa sürecinin sonunda kadın ve erkeklerin rolleri kesin sınırlarla birbirinden ayrılmaktadır. Toplumsal cinsiyet rollerinin çoğunlukla biyolojik cinsiyet temelli gerçekleştiği iddia edilse de esas olarak mesele daha karmaşıktır. Patriarkanın kadın ve erkeğe biçtiği tarihsel roller, günümüzde cinsiyetlerden arındırılmış gibi gözüktüğü de tam manasıyla bir dönüşüm henüz gerçekleşmemiştir. Patriarkanın dayattığı “kadının özel alanın ve ev içi üretimin baş aktörü” olması geleneği, günümüzde kadının emek piyasalarına katılımıyla bir nebze olsun dönüşmüştür. Ancak bu dönüşüm hemen her hanede gerçekleşemediği gibi kamusal alanın eril değerlerle özdeşleştirilmesi, kendi içindeki eril yapılanması ve mesleklerin cinsiyetlerle bağının kurulması, kadının özel alanda olduğu kadar kamusal alanda da eril tahakküm altında sömürülmesine ve ötekileştirilmesine neden olmuştur (Yerlikaya, 2019: 41). Nitekim bu kadınlar ve erkekler arasında çeşitli ayrışmaları da beraberinde getirmiştir. Bunları yatay ve dikey ayrışma olarak ele almak mümkündür. Öncelikle yazında sık sık çalışmalara konu edilen bu iki ayrımcılık şekline değinilerek ardından bu çalışmanın esas konusu olan dikey ayrışma ile ilgili kavramsal incelemelere yer verilmesi uygun görülmektedir.

İş yaşamında kadın ve erkek çalışanlar arasındaki ayrımcılığı temelde yatay ve dikey ayrışmalar olarak iki başlık altında ifade etmek mümkündür. Yazında ‘Cam duvarlar’ olarak da ifade edilen yatay ayrışma, kadın ve erkeklerin işlerinin ayrışması olarak tanımlanmaktadır (Urhan ve Etiler, 2011: 198). Sektörler ve işkolları temelindeki ayrışma olarak da ifade edilen yatay ayrışma, mesleksi/ sektörel ayrışma olarak da adlandırılmaktadır. Burada kadınların belli mesleklerde, ya da belli alanlarda yoğunlaşması, buna karşılık başka alanlardan büyük ölçüde dışlanması söz konusudur. Öte yandan kadınlar ve erkekler arasındaki mesleksi/ sektörel ayrışmanın yanı sıra aynı işte/iş yerinde ‘dikey ayrışma’ da ortaya çıkabilir (Bozkurt ve Akpınar, 2017: 18-19). Bu, bir örgütte kadınların vasıfsız veya düşük vasıflı, statü ve ücretleri düşük olan işlerde erkeklerin de nitelikli ve statüsü yüksek olan işlerde yığılmaları anlamına gelmektedir (Ecevit, 2011: 30). Diğer bir anlamıyla dikey ayrışma erkeklerin yönetim kademelerinde daha yüksek konumda çalışması iken, kadınların pozisyon olarak daha düşük işlerde çalışmalarıdır (Etiler, 2015: 2). Benzer iş kollarında ortaya çıkan dikey ayrışma, “meslek-içi ayrışma” şeklinde de nitelendirilirken, aynı çalışma ortamındaki kadınların ve erkeklerin yönetici pozisyonları açısından farklı düzeylerde yer almaları da dikey ayrışma olarak ifade edilmektedir (Akt. Bozkurt ve Akpınar, 2017: 19). Bu çalışmada da Türk toplumunun içerisinde oluşan iş yaşamı kültüründe kadın çalışanlara yönelik ayrımcılık türlerinden biri olarak görülen dikey ayrışma üzerinde durulmaktadır.

Toplumsal cinsiyet temelli ayrımcılık açısından kadının iş yaşamındaki konumu incelendiğinde, belirleyici olanın kadının toplumdaki yeri olduğu belirtilmektedir. Kadının toplumdaki yerini anlamada ise ‘ataerkillik’ kavramı merkezi bir öneme sahiptir. Bu anlamda aile ve toplum, çocuklardan cinsiyetleri itibariyle farklı roller üstlenmelerini beklemektedir. Kız çocuklarına okuma imkânı verilse bile, eğitim alanları farklılaşmakta ve geleneksel olarak erkek ve kadına uygun görülen işler bulunmaktadır. Toplumda bireylerin yerine getirmeleri gereken görevlerin cinsiyetler arasında dağılımı, kadın ve erkek mesleklerinin ya da pozisyonlarının farklılaştırılması sonucunu da doğurmaktadır. Bu ayrıma, “Yatay Meslek Ayrışması” adı verilmektedir. Bu ayrışma aynı iş yerinde bile, bazı bölümlerde kadınların, bazı bölümlerde ise erkeklerin çalıştırılması şeklinde kendini göstermektedir. Ayrışmanın diğer boyutunu oluşturan “Dikey Meslek Ayrışması” ise, aynı işyerinde çalışan, erkek meslektaşlarıyla benzer niteliklere sahip kadın çalışanların farklı tutum, davranış ve değerlendirmelerle karşı karşıya kalmalarını ifade etmektedir (Bulut ve Kızıldağ, 2017: 84). Diğer bir ifadeyle yatay ayrışma, kadınların daha çok vasıfsız statüde, geçici veya kısmi zamanlı olarak, düşük ücretlerle, kötü çalışma koşullarında, ilerleme olanağı olmaksızın ve sendikasız çalışmasında kendini gösterirken, dikey ayrışma aynı meslek içinde yer alan kadınların aynı meslekteki erkeklerden daha düşük pozisyonlarda çalışmaları anlamına gelmektedir (Gönç, 2016: 146).

Bu açıklamalardan hareketle iş yaşamında yatay ve dikey ayrışma türlerinin her ikisinin de önemli karşılıklarının olduğunu kabul etmekle birlikte, Türk kültürünün ataerkil yapısının iş yaşamındaki dikey ayrışma üzerinde daha derin etkilerinin olduğu düşünülmektedir. Bu etkilerin ilkini cam tavan etkisi oluşturmaktadır. Bu tür ayrışmada kadınların üst düzeydeki işlere erişimi zorlaşabilmekte, işlerinde yükselmeleri ve yönetici kadrolara gelmeleri önlenebilmektedir. Bu engellere literatürde *cam tavan* adı verilmektedir (Ecevit, 2011: 30). Bu engelin ilk özelliği, çalışanın işle ilgili diğer özellikleri tarafından açıklanamayan bir cinsiyet veya ırk ayrımcılığını temsil etmesidir. Kavramın diğer bir özelliği ise bu tür eşitsizliğin yüksek kademelerde görülmesiyle ilgilidir. Bu tarz bir eşitsizliğin, daha yüksek kademelere ilerleme şansındaki ayrımcılığa karşılık gelmesi ise cam tavanın üçüncü kriteri olarak belirtilmektedir (Cotter vd., 2001: 656-661). İş yaşamında dikey ayrışmayı temsil eden cam tavanların yanı sıra yatay ayrışmayı simgeleyen cam duvarlar da iş yaşamında kadınlara yönelik ayrımcılıkları detaylandırmak için önemli kavramsallaştırmalardan biridir. Buna göre yazında çalışma yaşamındaki azınlıkların, kadın olmaktan doğan cam tavan etkisini diğer kadınlara oranla daha yoğun hissetmelerine ‘çift katmanlı cam tavan’, ‘sert duvar’ veya ‘cam duvar’ gibi tabirlerle tanımlama getirilmektedir. Azınlıklar olarak ifade edilen kesime, beyaz ırktan farklı olan kadınlar, yabancılar, marjinaler, homoseksüeller gibi sınıflar dahil edilmektedir (Aksoy, 2018: 76). Diğer

bir ifadeyle cam duvar, kadın ve azınlıkların örgüt içerisinde yatay olarak hareketinde karşılaştığı zorluğu ifade etmektedir. Bu tarz bir engel, azınlıktaki kadınların her bölümde değil finans, ürün geliştirme gibi stratejik olan ve üst yönetime giden kariyer yollarına geçişte ortaya çıkmaktadır. Bu engeller, doğası içerisinde kadınsı olarak görülen belirli tür faaliyet alanlarında kadını tutan engellerdir (Yıldız, 2017: 130). Yazında, cam duvar kavramının sıklıkla cam tavan kavramı ile karıştırıldığı fakat bu iki kavramın pek çok açıdan birbirinden farklı engelleri açıklamaya yardımcı olduğuna dikkat çekilmektedir (Coşkun, 2021: 2053). Buna göre cam duvarlar, kadınların erkeklere oranla daha düşük ücret ve statü sağlayan mesleklerde yoğunlaşmalarını ifade ederken cam tavan ise kadınların, kendileriyle aynı mesleği yapan erkeklere oranla daha düşük ücret ve statüyle çalışmalarını ifade etmektedir. Konuyla ilgili olarak, örneğin sağlık sektöründe kadınların doktorluk yerine hemşirelikte yoğunlaşmasına cam duvarların neden olduğu belirtilirken, daha yüksek ücret ve statü sunan pozisyonlarda ve teknik alanlarda erkek hemşirelerin yoğunlaşmasında ve kadın doktorların kadınlara uygun görülen, çalışma koşulları ağır olmayan, prestiji ve ücreti daha düşük olan uzmanlık alanlarına yönlendirilmelerinde cam tavan gerekçe olarak gösterilmektedir (Gönç, 2017: 38-39). Yazında kadınların iş yaşamında karşılaştıkları diğer çeşitli engeller ise Coşkun (2021) tarafından metaforik kavramsallaştırmalar ile aşağıdaki tabloda verildiği gibi özetlenmiştir.

Tablo 2. Kadın Çalışanların İş Yaşamında Karşılaştığı Engeller

Metafor	Engelin Konusu	Engel ile Karşılaşan Grup	Engelin Yönü
Cam Tavan	<ul style="list-style-type: none"> • Üst Düzey Yöneticiliğe Terfi • Üst Düzey Yöneticilerde Ücretlendirme 	Yönetici ve Yönetici Adayı Kadın Çalışanlar	Dikey
Beton Tavan	<ul style="list-style-type: none"> • Orta ve Üst Düzey Yöneticiliğe Terfi 	Etnik Kökeni Farklı Olan Kadın Çalışanlar	Dikey
Cam Yürüyen Merdiven	<ul style="list-style-type: none"> • Erkek Çalışanların Terfi ve Ücretlendirmede Sağladığı Avantajlar 	Alt Kademelerde Çalışan Kadınlar	Dikey
Sızdıran Boru	<ul style="list-style-type: none"> • Kariyer Devamlılığı 	Tüm Kadın Çalışanlar	Dikey ve Yatay
Cam Duvar	<ul style="list-style-type: none"> • Bölümler Arası Geçiş • Düşük Potansiyelli İşlerde İstihdam 	Alt Kademelerde Çalışan Kadınlar	Yatay
Yapışkan Zemin	<ul style="list-style-type: none"> • Alt Kademelerde Ücretlendirme • Kariyer Hareketliliği 	Alt Kademelerde Çalışan Kadınlar	Dikey ve Yatay
Cam Kapı	<ul style="list-style-type: none"> • Yönetici Pozisyonu İçin İşe Alım 	İş Başvurusu Yapan Kadın Yönetici Adayları	Dikey
Kraliçe Arı Sendromu	<ul style="list-style-type: none"> • Üst Düzey Yöneticiliğe Terfi • Alt ve Orta Kademelerde Ücretlendirme 	Alt Kademelerde Çalışan Kadınlar	Dikey
Cam Uçurum	<ul style="list-style-type: none"> • Üst Düzey Yöneticiliğe Terfi • Yöneticilik Performansı 	Üst Düzey Kadın Yöneticiler	Dikey

Kaynak: Coşkun, 2021: 2057.

Tabloya göre cam tavan, beton tavan, cam kapı ve cam uçurum genellikle üst düzey yönetici ve yönetici adayları kadın çalışanların karşılaştıkları engellere yönelik üretilen metaforlar olarak görülürken cam duvar, cam yürüyen merdiven, yapışkan zemin ve kraliçe arı sendromu; alt ve orta kademelerde görev alan kadın çalışanların karşılaştıkları engellere yönelik ortaya çıkmış metaforlar olarak görülmüştür. Bunun yanı sıra cam tavan, beton tavan, cam yürüyen merdiven,

cam kapı, kraliçe arı sendromu ve cam uçurum; örgütsel hiyerarşide dikey yönlü engelleri temsil etmekten sızdıran boru ve yapışkan zemin gibi metaforik anlatımların örgüt hiyerarşisi içinde hem dikey yönlü hem de yatay yönlü engelleri ifade ettiği belirtilmiştir (Coşkun, 2021: 2057).

İş yaşamındaki toplumsal cinsiyet temelli ayrımcılığın cam tavan, cam duvar ve tabloda ifade edilen farklı benzetimlerinin yanı sıra ayrımcılığın ortaya çıktığı bir diğer alan çoğunlukla erkeklerin çalıştığı profesyonel mesleklerdir. Bu alanlara giren kadınların, başarılı bir kariyeri elde edebilmek için eril tutum ve davranışlar sergilemeye mecbur oldukları, böylece aklın, bilimin ve profesyonelliğin eril alana ait olduğuna ilişkin ataerkil varsayımları pekiştirdikleri ifade edilmektedir (Gönç, 2016: 99). Örneğin Bozkurt ve Akpınar (2017: 27), bilişim sektörü üzerine yaptıkları araştırmada, sektör bazında dikey bir ayrışmadan söz etmenin mümkün olduğundan ve ayrışmanın nedeni olarak da toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümünün net bir şekilde görüldüğünden bahsetmişlerdir. Bulgulara göre bilişim sektöründeki kadın istihdamının, belirli görev ve yükümlülükleri bulunduğu, iletişim odaklı, teknik bilgi ve yetenek ihtiyacı olmayan yani daha 'soft' sayılabilecek yeteneklerin kullanımına dayalı pozisyonlarda yoğunlaştığı, kariyer sürecinde çeşitli güçlüklerle karşılaştığı, erkeklerle eşit koşullarda rekabetin olmadığı ve kadınların yükselmelerine engel teşkil eden dikey ayrışma ve cam tavan ile karşılaştıkları görülmüştür. Nitekim bu çalışmaya benzer olarak yazında iş yaşamındaki dikey ayrışma konusuna değinilen farklı çalışmalara rastlamak da mümkündür.

Türkiye Bağlamında İş Yaşamında Dikey Ayrışma Konulu Bazı Çalışmalar

Türkiye bağlamında, dikey ayrışma ile ilgili konulara değinen bazı çalışmalar yapılmış ve söz konusu çalışmalarda kadınların iş yaşamındaki durumlarına dikkat çekilmiştir. Bu çalışmaların ülkemiz açısından ulaştığı bulgulara genel olarak değinmek dikey ayrışmanın Türk iş yaşamı bağlamındaki kavramsallaştırması açısından önem taşımaktadır.

Türkiye bağlamında iş yerinde dikey ayrışmaya odaklanarak 'cam tavan' konusunu inceleyen Tanrısevdi ve arkadaşları (2019: 1509) bazı önemli bulgulara ulaşmışlardır. Sonuçlara göre katılımcıların profesyonel sebepler dolayısıyla yönetici olmayı seçtikleri ve yönetici kadınların çalıştıkları eğitim kuruluşlarına önemli avantajlar sağlayabildikleri ortaya çıkmıştır. Araştırmaya konu edilen kuruluşlarında yönetim kademesindeki kadınların sayısının yetersiz olmasında ise toplumsal kültürel nedenlerin ön plana çıktığı ifade edilmiştir. Cam tavanın yanı sıra ülkemizde üzerine çalışmalar yapıldığı bir diğer olgu kraliçe arı sendromu olarak anılmaktadır. Kraliçe arı sendromu, endişeli ve başarı odaklı kadınların, aşağılanan ve yetersiz bulunan hemcinslerinden farklı olduğunu gösterme çabası içine gireceğini savunmaktadır. Bu kadınların diğer kadınlara göre daha çok çalışıp daha eril tavırlar sergileyeceği ve çevresine özellikle de

erkeklerle *'ben zannettiğiniz gibi değilim sizden aslında bir farkım yok, ben bildiğiniz kadınlardan değilim'* mesajı vermeye çalıştığı düşünülür. Eril özellikler gösterdiğinde ise diğer yetersiz görülen hemcinsleri ile aynı kategoride değerlendirilmeyeceği ve erkekler arasında kabul göreceği savunulur (Baykal, 2018: 172). Bu sendromu yaşayan iş yaşamındaki yönetici kadınların, hem yatay hem de dikey ayrışmayı geride bıraktıkları için kendilerini başarılı gördükleri ve diğer kadınların önüne geçerek bu başarılarını sürdürmek istedikleri belirtilmiştir (Akdöl ve Menteş (2017: 874). Bu anlamda, cam tavan engelinden temel farklılığı, hemcinsler arasındaki bir ilişkiyi yansıtmaktan kaynaklanmaktadır. Yazında kraliçe arı sendromunun anılan olumsuz yönlerinin yanı sıra olumlu örgütsel sonuçlara da işaret edebileceği vurgulanmıştır. Konuyla ilgili ele aldığı çalışmada Yaşbay Kobal (2021: 74), 18 kadın yönetici ve on beş kadın çalışanla yarı yapılandırılmış telefon görüşmeleri yapmıştır. Bulgulara göre kadın yöneticiler, kendileriyle birlikte çalışan kadınlara kariyerlerinde yükselmeleri konusunda verdikleri desteği özellikle vurgulamışlar; bunun yanı sıra kadın çalışanlarına özel hayatlarında da destek verdiklerini de belirtmişlerdir. Kadın çalışanlar da örgütlerinde kraliçe arı davranışıyla karşılaşmadıklarını aksine kadın yöneticilerin kendilerine karşı anlayışlı ve empatiyle yaklaştıklarını ve kariyer gelişimleri için onları desteklediklerini ifade etmişlerdir. Bu anlamda bulguların, kadınların kendilerinin en kötü düşmanları olduğu şeklindeki popüler fikre alternatif bir bakış açısı sunması açısından değerli olduğu belirtilmiş ve kraliçe arı sendromunun olumlu tarafına vurgu yapılmıştır.

Ülkemizde dikey ayrışma konusunda dikkat çekilen cam tavanın yanı sıra dikey ayrımcılığın bir diğer alanını da erkeklerin yoğun çalıştığı bazı profesyonel mesleklerde görmek mümkündür. Gücenmez (2018: 68), toplumsal cinsiyete dayalı dikey ayrışmadan söz ettiği araştırmasında, mühendislik alanında toplumsal cinsiyet açısından kadın emeğini ele almış ve farklı mühendislik dallarında çalışan 10 kadınla derinlemesine mülakat gerçekleştirmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, mühendislik gibi mantıksal, faydacı ve eril nitelikte görülen bir mesleğin kadınlar tarafından seçilmesinin, ataerkil zihniyet bakımından uygun görülmediği, kadının hassas ve duygusal yapısına aykırı bir meslek olduğu ve dolayısıyla bu mesleği seçmiş kadınların erkeklerin egemen olduğu ortamlara alışmakta zorlandıkları ifade edilmiştir. Nitekim kadınların hemen hepsi mühendisliği ailesinin etkisinde kalarak seçtiklerini ifade etmiş ve erkekler tarafından görmezden gelindiklerini, yönetim pozisyonlarına getirilmediklerini ve yönetici oldukları takdirde de ciddiye alınmadıklarını belirtmişlerdir.

İş yaşamındaki dikey ayrışmanın önemli bir türü olarak ortaya çıktığını ifade ettiğimiz cam tavan sendromunun Türkiye özelinde hizmet sektöründe incelendiği bir diğer çalışma da Çaha ve arkadaşları (2016: 175-176) tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, üç farklı kuruluştaki (okul, hastane ve banka) çalışan kadınların deneyimledikleri sorunlar ve işlerinde yükselmelerinin

önünde yer alan engeller yapılan anket çalışması, mülakat ve odak grup çalışması ile incelenmiştir. Araştırma sürecinde 12 ilde 306 kurumda çalışan 2040 kadın katılımcıya anket uygulanırken, 50 kadın ve erkek yönetici ile mülakatlar yapılmış ve dört şehirde de kadın yöneticilerden oluşan dört farklı odak grup çalışması gerçekleştirilmiştir. Bulgulara göre, üç kuruluştaki da bir cam tavan sendromunun yaşandığı ve yönetimin üst düzeylerine doğru gidildikçe kadınların oranının belirgin bir biçimde düştüğü görülmüştür. Bunun sebebi ise kadınların aile sorumluluklarına öncelik vermesi olarak ifade edilmiştir.

Kadınların iş yaşamında maruz kaldıkları toplumsal cinsiyet temelli ayrımcılığın son bir örneğine ise kadınların görece daha fazla temsil edildiği akademisyenlik mesleği üzerinden değinmek mümkündür. Şentürk ve arkadaşları (2017)'nin Türkiye'de 505 akademisyen üzerinde yaptığı ve iş yaşamında toplumsal cinsiyetin etkisinin araştırıldığı çalışma, bulguları açısından dikkat çekicidir. Sonuçlara göre katılımcıların % 32'sinin üniversitelerinde bir ayrımcılığın varlığını kabul ettikleri ortaya çıkmıştır. Bulgular, erkek akademisyenlerin toplumsal cinsiyet temelli önermeleri ve geleneksel toplumsal cinsiyet rollerini daha fazla benimsediklerini ortaya koymuştur. Bunun bir sonucu olarak da kadınların özellikle yönetim kadrolarında yer alamadıkları belirtilmiştir. Kadınların yönetimde yeterince var olamamaları yönündeki bu ayrımcılığın temelinde ise üniversitedeki kurumsal yapıdan ziyade toplumun ataerkil değerleri ve geleneksel cinsiyet rollerinin olduğu ifade edilmiştir (Şentürk vd., 2017: 885-889). Akademisyenlere yönelik benzer bir çalışma Adak (2018) tarafından gerçekleştirilmiştir. Yatay ayrışmanın yanında dikey ayrışmanın da dikkate alındığı araştırmanın bulgularına göre, kadınların farklı sosyo-kültürel faktörlerin etkisiyle kariyer süreçlerinde toplumsal cinsiyete dayalı dikey bir ayrışma deneyimledikleri gözlemlenmiştir. Bu bağlamda araştırma görevlisi iken akademik kariyere %50 kadın ve %50 erkek olarak başladığı ancak profesörlüğe ulaşan kadın oranının süreç ilerledikçe azaldığı belirtilmiştir. Öte yandan akademiye toplumsal cinsiyet temelli asıl sorunun, akademik yönetimdeki kadın temsillerinin erkeklere kıyasla çok düşük olması şeklinde ifade edilmiştir. Nitekim, bu çalışmanın konusu itibarıyla, bu eşitsizliğin sebebini toplumsal kültürel değerlerle açıklamak önemli ve gerekli görülebilecektir.

Ataerkil kültürün hâkim olduğu toplumlarda kadınların yönetime gelmesi sınırlı olmakla birlikte bu da bazı özellikleri karşılamalarına bağlanmış durumdadır. Buna göre kadın yöneticiler, hem evrensel hem de kültürel değerlerin etkisiyle ortaya çıkan bazı ortak özelliklere sahip sayılmaktadır. Bu etkilerin sonucunda şekillenen ortak özellikler; ön planda olmamak, kontrollü bir kadınsı görünüm sergilemek, feminist bakıştan uzak durmak, sosyoekonomik açıdan üst sınıfın bir üyesi olmak, güçlü bir kişiliğe sahip olmak, yüksek başarıya motivasyonuna sahip olmak ile evli ve çocuklu bir özel yaşam sürdürmek olarak sıralanmaktadır (Kabasakal, 1998: 304). Nitekim

kadınlar için böyle kurullarla donatılmış bir iş yaşamının olduğu ülkemizde, iş gücü piyasasına katılımın maliyet ve faydaları farklılık göstermektedir. Buna göre artan muhafazakârlığın da etkisiyle kadınların istihdamı ile ilgili makro politikaların yetersiz kaldığı ve toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümünün dikkate alınmadığı ifade edilmektedir. Bu bağlamda, Türkiye’de kadınların artan ekonomik özerkliğinin önündeki engellerin kapsamlı bir şekilde tespit edilmesi için makro ekonomik çevre, kurumlar, toplumsal cinsiyet düşünce yapılarının ve kadınların isteklerinin bütünleştiği çok boyutlu bir yaklaşımın gerekli hale geldiği ifade edilmektedir (İlkkaracan, 2012: 30). Böyle bir bütünsel yaklaşımın ortaya konmadığı tek yönlü bir çözümünse işlerliğinin olmayacağını söylemek yanlış olmayacaktır. Bu anlamda kadın çalışanların iş gücüne artan katılımlarını tam zamanlı, güvenceli, insan onuruna yakışacak işler aracılığıyla değil, kayıtlı olsa da eğreti ve güvencesiz işler aracılığıyla sağlayan, kadının erkeğe olan ekonomik bağımlılığını devam ettiren bir ekonomik kalkınmanın, temelinde kadın ve erkek eşitliğini bulunduran insan odaklı bir kalkınma olarak görülemeyeceği ifade edilmektedir. Bu anlamda kadınlar için kendilerine uygun bir işte çalışma imkânına kavuşmadan ve kendi yaşamı ile ilgili söz sahibi olmadan, her türlü baskı ve tahakküm ilişkisinden uzakta, insan odaklı bir kalkınmadan söz edilemeyecektir. Bunun için özellikle kamusal düzenlemeler yapılmasını, hizmetler sunulmasını ve istihdamda kadınlara destek sağlayan politikalar oluşturulmasını savunmanın gerekliliği ön plana çıkmaktadır (Toksöz, 2015: 54).

Türkiye bağlamında ele alınan bu araştırmaların bulguları ve önerileri genel olarak değerlendirildiğinde, çalışma yaşamında birçok meslekte varlığını sürdüren kadınların dikey ayrışma temelli ayrımcılıktan payını aldığı söylenebilecektir. Ayrıca bu çalışmanın odaklandığı nokta açısından bakıldığında, kültürel yapıdaki ataerkil değerlerin de bu ayrımcı davranışların ortaya çıkmasında önemli payı olduğunu söylemek mümkündür. Bu bağlamda sorunun kaynağı bu değerlerle ilgili olmakla birlikte, sorunun çözümü için de bu toplumsal değerlere eğilmek önem taşımaktadır.

Sonuç

Toplumsal kültürel özellikler birçok bölge ve ülkede olduğu gibi ülkemizde de örgütsel alanda yaşanan deneyimleri etkilemektedir. Türkiye bağlamındaki kültürel değerler açısından bakıldığında, ataerkil kültürel bağların ortaya çıkardığı önemli bir deneyim de kadın çalışanların iş yaşamında maruz kaldıkları ayrımcılıklar olmuştur. Yazında ele alınan çalışmalardan hareketle iş yaşamındaki yansımaları açısından kadın çalışanların etkin performans göstermesinde ve yönetim kademesinde yer alabilmelerinde önemli etkileri olan ayrımcılıklar daha çok dikey ayrışma tarafında ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda çalışmada yapılan yazın incelemelerinden yola

çıkılarak ataerkilliğin; Türk iş yaşamına, kadınların bu süreçte yaşadıkları sorunlara ve maruz kaldıkları ayrımcılıklara doğrudan veya dolaylı etkilerinin olduğunu söylemek mümkündür. Nitekim bu, hem yatay hem de dikey ayrışmayı beraberinde getirmekte ve kadınların iş yaşamındaki varlığını kısıtlayıcı bir unsur haline gelmektedir. Böyle bir ortamda çalışan kadınların ise iş seçerken hemcinslerinin yoğun oldukları sektörleri seçerek veya seçmek zorunda bırakılarak, kendilerini diğer kadın çalışanlardan farklı gösterme çabasına girişerek veya kendi istekleriyle iş yaşamından uzak kalmayı tercih ederek ayrımcılıklara farklı yanıtlar verdikleri görülmüştür. Bu yanıtların en önemli yönlendiricilerinden birini de kültürel değerler içerisindeki toplumsal cinsiyet temelli ön yargılar ve ataerkil değerler oluşturmuştur.

Özetle, çalışmanın ele aldığı temel kavramsallaştırmalar ve alana kültürel perspektiften yaklaşımı açısından bakıldığında, Türk çalışma kültürü içerisinde örgütlerde kadınların maruz kaldığı gerek yatay gerekse dikey ayrışmaların çıkış noktası toplumun kültürel değerleri ve ataerkil yapı ile yakından ilgilidir. Bu anlamda örgüt kültürünün toplumsal kültürel değerlerle olan etkileşimi önem kazanmaktadır. Zira özel yaşamında ailesi ve çevresi tarafından erkek egemen bir dünyada yaşamış bir kadının işyerinde de bunlara maruz kalması ve bunları kabullenmesinin beklenmesi daha mümkün görünmektedir. Türkiye gibi ataerkil yapının etkin olduğu ülkelerde de bunun iş yerinde bir kontrol mekanizması gibi kullanıldığı ve ayrımcılığa sebep olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Böyle bir ayrımcılık, örgütlerdeki kadın çalışanlar açısından olumsuz çıktıları da beraberinde getirmektedir. Örgütsel ortamda ortaya çıkan bu ayrımcı tutumların dönüşümünü sağlamak içinse ayrımcılığın temelini oluşturan değerlere eğilmek gereklilik haline gelmektedir. Bu bağlamda, kadınların toplumun kültürel değerlerinden kaynaklı olarak maruz kaldıkları, dikey ayrışmanın da içerisine dahil olduğu, cinsiyet ayrımcılığına dayalı tüm sorunların çözümünün de yine bütünsel bir yaklaşım geliştirilerek kültürel ve toplumsal belleklerde aranması önemli görülmektedir. Yazında bu konuyla ilgili ele alınabilecek ileriki çalışmalar için kültürel değerlerin etkisini de göz önüne almaları önerilebilecektir.

Kaynakça

- Acar-Savran, G. (2002). Özel/Kamusal, Yerel/Evrensel: İkilikleri Aşan Bir Feminizme Doğru. *Praksis*, 8, 255-306.
- Adak, N. (2018). “Akademide Kadınlar: Yükseköğrenime Giriş ve Kariyerde İlerleme”. *Akdeniz Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Dergisi*, 1(1), 23-38.
- Aksoy, N. (2018). Cam Tavanın Ötesi: Akademisyen Azınlıklar-Ankara ve İstanbul Örneği. *Başkent Üniversitesi Ticari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 74-95.

- Aktaş, M. (2010). *İzleyicilerin Kültürel Değerleri ve Liderliğe Duydukları İhtiyaç*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ankara: Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Arıkan, G. (1997). Ataerkillik kavramıyla ilgili sosyolojik tartışmalar. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 14(1-2), 1-24.
- Aycan, Z., Kanungo, R. N. ve Sinha, J. B. P. (1999). Organizational Culture and Human Resource Management Practices The Model of Culture Fit. *Journal of Cross Cultural Psychology*. 30(4), 501-526.
- Aycan, Z., Kanungo, R. N., Mendonca, M., Yu, K., Deller, J., Stahl, J. ve Kurshid, A. (2000). Impact of Culture on Human Resource Management Practices: A Ten-Country Comparison. *Applied Psychology: An International Review*. 49(1), 192-221.
- Aycan, Z., Kanungo, R. N. ve Mendonça, M. (2016). Liderlik: Rol Davranışları ve Kültürler Arası Görüşler. *Kültürler Arası Bağlamda Örgütler ve Yönetim*. (ss.159-200). Çev. Aylin Kayapalı. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Aycan, Z. ve Kanungo R. N. (2000). Toplumsal Kültürün Kurumsal Kültür ve İnsan Kaynakları Uygulamaları Üzerine Etkileri. *Türkiye’de Yönetim, Liderlik ve İnsan Kaynakları Uygulamaları*. (ss. 25-53). Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları.
- Aycan, Z. ve Gelfand, M. J. (2012). Cross-Cultural Organizational Psychology. *The Oxford Handbook of Organizational Psychology*. (ss. 1103-1160). Oxford: Oxford University Press.
- Ayyıldız Ünnü, N. A., Baybars, M. ve Kesken, J. (2014). 13) Türkiye’de Kadınların Üniversiteler Bağlamında Yetki ve Karar Verme Mekanizmalarına Katılımı. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (42), 121-133.
- Bakıcı, C. ve Aydın, E. (2020). Türkiye’de Kadın Çalışanların İş Yaşam Dengesini Şekillendirmede Ataerkilliğin Rolü. *Economics Business and Organization Research*, 2(2), 82-98.
- Bayat, İ. K. ve Parıldar, B. B. (2021). Toplumsal Cinsiyet Ayrımcılığının Yarattığı Engeller: Çalışma Yaşamında Varılmaya Çalışan Kadın. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(3), 745-762.
- Baykal, E. (2018). Sosyal Kimlik Teorisi Perspektifiyle Kraliçe Arı Sendromu. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(16), 159-176.

- Bettio, F., Verashchagina, A., Mairhuber, I. ve Kanjuo-Mrčela, A. (2009). *Gender segregation in the labour market: Root causes, implications and policy responses in the EU*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Bozkurt, B. ve Akpınar, A. (2017). Bilişim Sektöründe Toplumsal Cinsiyete Dayalı İş Bölümü. *Marmara Üniversitesi Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları Dergisi*, (2), 17-28.
- Coşkun, Ö. F. (2021). Kadınların Kariyer Yolculuklarındaki Engellere Metaforik Bir Bakış. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sbe Dergisi*, 11(4), 2048-2062.
- Cotter, D. A., Hermsen, J. M., Ovadia, S. ve Vanneman, R. (2001). The Glass Ceiling Effect. *Social Forces*, 80(2), 655-681.
- Bulut, D. ve Kızıldağ, D. (2017). Cinsiyet Ayrımcılığı ve Kadın İnsan Kaynakları Yöneticilerinin Kariyerleri Üzerindeki Etkileri. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 81-102.
- Çağlar, İ. (2001). Yönetim-Kültür Bağlamında Türk Yönetim Modelinin Saptanmasına Yönelik Kavramsal Bir Çalışma. *Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 3, 125-148.
- Çaha, H., Çaha, Ö. ve Aydın Yılmaz, E. S. (2016). *Türkiye’de Cam Tavan Sendromu Hizmet Sektöründe Kadın*. İstanbul: Kadem Yayını.
- Çakır, Ö. (2008). Türkiye’de Kadının Çalışma Yaşamından Dışlanması. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (31), 25-47.
- Çalışkan, N. ve Özkoç, A. G. (2016). Örgütlerde Paternalist Liderlik Algısına Etki Eden Ulusal Kültür Boyutlarının Belirlenmesi. *Journal of Yaşar University*, 11(44): 240-250.
- Çelenk, S. (2010). ‘Ayrımcılık ve Medya.’, Bülent Çaplı, ve Hakan Tuncel (Ed.), *Televizyon Haberciliğinde Etik Sorunlar*. (Ss. 211-228). Ankara: Fersa Yayınları.
- Demren, Ç. (2003). Erkeklik, Ataerkillik ve İktidar İlişkileri. *Hacettepe Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi*, <http://www.huksam.hacettepe.edu.tr/erkek.Htm>.
- Demren, Ç. (2008). Ortadoğu’da Ataerkillik ve Erkeklik İlişkileri. *Sosyal Bilimler Dergisi/Journal Of Social Sciences*, 32(2): 321-329.
- Ecevit, Y. (2011). Emek. Y. Ecevit ve N. Karkınar (Der.). *Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları içinde* (24-49). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Emre, C. (2003). *Yönetim Bilimi Yazıları*. Ankara: İmaj Yayıncılık.
- Etiler, N. (2015). Kadın Çalışanların Sağlığına Nereden Bakılmalı? *Türk Tabipleri Birliği Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi*, (56), 2-5.

- Göcen, C. E. (2018). Türkiye’de Kadının İşgücüne Katılmadaki Yeri ve Uluslararası İstihdam Çabaları. *Econder International Academic Journal*, 2(2), 313-333.
- Gökçimen, S. (2008). Ülkemizde Kadınların Siyasal Hayata Katılım Mücadelesi. *Yasama Dergisi*, (10), 45-59.
- Gökkaya, V. B. (2011). Türkiye’de Kadına Yönelik Ekonomik Şiddet. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(2), 101-112.
- Gönç, T. (2016). Kadın Yoğun Meslekleri Erilleştirmeye Yönelik Stratejiler: Türkiye’de Erkek Hemşireler Örneği. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 19(1), 96-144.
- Gönç, T. (2016). Hemşireliğin Geleceği Mesleğin Cinsiyetsizleşmesini Vadediyor Mu? Erkek ve Kadın Hemşirelik Öğrencilerinin Meslek ve Toplumsal Cinsiyeti İlişkilendirme Eğilimlerinin Sosyolojik Analizi. *Fe Dergi*, 8(1), 143-167.
- Gönç, T. (2017). Türkiye’de Erkek Hemşire Olmak: Avantajlar ve Dezavantajlar. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 72(1), 35-76.
- Gücenmez, T. (2018). Mühendislik Alanında Toplumsal Cinsiyet Açısından Kadın Emeğinin İncelenmesi. *Current Debates in Gender & Cultural Studies*. (16), 63-69.
- Halaçoğlu, D. N. (2021). İş Kanunu Kapsamında Ücretlendirmede Ayrımcılığın Toplumsal Cinsiyet Bakış Açısı ile İncelenmesi. *Ankara Barosu Dergisi*, 79(1), 177-205.
- Hofstede, G. (1994). Management Scientists are Human. *Management Science*. 40(1): 4-13.
- Hofstede, G. (2001). Culture’s Consequences. London: Sage Publication.
- İlkkaracan, İ. (2012). Why so few women in the labor market in Turkey?. *Feminist Economics*, 18(1), 1-37.
- Kabasakal, H. (1998). Türkiye’de Üst Düzey Kadın Yöneticilerin Profili. *75 Yılda Kadınlar ve Erkekler*. (ss. 303-312). İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.
- Karaduman, C. G. ve Ergun, A. (2018). Erkek Egemen İş Ortamlarında Kadın Yöneticilerin Deneyimleri ve Stratejileri. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 114-143.
- Kongar, E. (1976). Toplumsal Yapı Örgütsel Yapı İlişkileri Üzerine Bir Deneme. *Yönetim Sosyolojisi – Yönetim Sosyolojisi Kollokyumuna Sunulan Bildiriler-Tartışmalar* (ss. 25-49), Düzenleyen Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü. Ankara. 14-15 Ekim 1976.
- Morgan, G. (1998). *Yönetim ve Örgüt Teorilerinde Metafor*. Çev. Gündüz Bulut. İstanbul: Mess Yayın.

- Nişancı, Z. N. (2012). Toplumsal Kültür- Örgüt Kültürü İlişkisi ve Yönetim Üzerine Yansımaları. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1279-1293.
- Kandiyoti, D. (1997). *Cariyeler, Bacılar, Yoldaşlar: Kimlikler ve Toplumsal Dönüşümler*, çev. A. Bora, F. Sayılan, Ş. Tekeli, H. Tapınç ve F. Özbay. İstanbul: Metis.
- Karataş, A. (2013). Bankacılık Sektöründe Cinsiyete Dayalı Kariyer Farklılaşması: Muğla İli Örneği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(2), 1-16.
- Kıran, E., Avcı, M. G. (2016). Sporla Aşılan Toplumsal Sınırlar: Dangal Filmi ve Toplumsal Cinsiyet. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (Ibad)*, 3(2), 985-994.
- Köse Ünal, A., Hasar, G. B. (2015). Toplumsal Cinsiyet Ayrımcılığının Kadın Statüsüne Yansımaları. *Kültürlerarası İletişim Öğrenci Sempozyumu Bildiriler Kitabı*.(ss. 47-57), Düzenleyen Gümüşhane Üniversitesi. 15-16 Ekim 2015. Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi Yayınları.
- Oskay, Ü. (1994). Çalışan Kadının Türk Toplum Yaşamında Konumu. *Sosyoloji Dergisi*, (5), 111-125.
- Özçatal, E. Ö. (2011). Ataerkillik, Toplumsal Cinsiyet ve Kadının Çalışma Yaşamına Katılımı. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 21-39.
- Özel Bilim, İ. ve Bülez, A. (2018). Cam Tavandan Yansımalar. *Itobiad: Journal of The Human & Social Science Researches*, 7(1), 48-58.
- Özer, M. ve Biçerli, K. (2003). Türkiye’de Kadın İşgücünün Panel Veri Analizi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 55-86.
- Özer, M. M. (2017). Ataerkil Kapitalist Çalışma Yaşamından Kadın Tanıklıkları. *Çalışma ve Toplum*, 54(3), 1397-1424.
- Özkaplan, N. (2009). Duygusal Emek ve Kadın İşi/Erkek İşi. *Çalışma ve Toplum Dergisi*, (2), 15-23.
- Özkan, G. S. ve Özkan, B. (2010). Kadın Çalışanlara Yönelik Ücret Ayrımcılığı ve Kadın Ücretlerinin Belirleyicilerine Yönelik Bir Araştırma. *Çalışma ve Toplum*, 1(24), 91-104.
- Paşa, S. F., Kabasakal, H., Bodur, M. (2001). Society, Organizations and Leadership in Turkey. *Applied Psychology: An International Review*. 50(4): 559-589.
- Reskin, B. F. ve Hartmann, H. I. (1986). *Women's Work, Men's Work. Sex Segregation on the Job*. National Academy Press, 2101 Constitution Avenue, NW, Washington, DC, 20418.

- Sargut, A. S. (2015). *Kültürlerarası Farklılaşma ve Yönetim*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Sargut, A. S. (2015). *Lider Yöneticinin Benliğine Yolculuk*. İstanbul: Beta.
- Schwartz, S. H. (1999). A Theory of Cultural Values and Some Implications for Work. *Applied Psychology: An International Review*, 48(1), 23-47.
- Steers, R. M., Nardon, R., Sanchez-Runde, C. (2009). Culture and Organization Design: Strategy, Structure and Decision-Making. *Cambridge Handbook of Culture, Organizations and Work*. (ss. 71-76). New York: Cambridge University Press.
- Şentürk, B., Ünnü, N. A. A. ve Kesken, J. (2017). İş Yaşamında Toplumsal Cinsiyetin Etkisi: Türkiye Üniversiteleri Örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 879-892.
- Tanrısevdi, F., Yengin Sarpkaya, P ve Sarpkaya, R. (2019). Eğitim Örgütlerindeki Kadın Yöneticilerin Cam Tavan Deneyimleri. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi – Journal of Qualitative Research in Education*, 7(4), 1590-1617. doi: 10.14689/issn.2148-2624.1.7c.4s.13m.
- Toksöz, G. (2015). Kadınlar İşgücü Piyasasının Neden Dışında? Kapitalizm ve Patriarka Temelinde Bir Analiz. *Çalışma Hayatında Ayrımcılık*. (ss. 37-76). Ankara: Kaos GL Derneği.
- Yerlikaya, B. (2019). Eril Tahakküm Altında Emek Piyasaları ve İşin Cinsiyeti: Yatay ve Dikey Ayrışma. *Iksad 4. International Congress Of Social Sciences Kongre Kitabı*. Ss. 37-43.
- Wasti, S. A., Erdaş, K. D. ve Dural, U. (2013). Örgüte Güvensizlik: Kültürlerarası Nitel Bir Çalışma. *Odtü Gelişme Dergisi*. 40(12): 525-552.
- Yıldırım, S. (2017). Kadına Yönelik Şiddet ve Ataerkillik. *Türkiye Lisansüstü Çalışmalar Kongresi Bildiriler Kitabı-II*, 193-213. Muş Alparslan Üniversitesi, 10-13 Mayıs 2017, Muş.
- Yıldız, S. (2017). Toplumsal Cinsiyetin Şirketlere Yansımada Ortaya Çıkan Ayrımcılık Kavramlarının Ardılları Üzerine Bir Model Önerisi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), 121-138.
- Yılmaz, A., Bozkurt, Y. ve İzci, F. (2008). Kamu Örgütlerinde Çalışan Kadın İşgörenlerin Çalışma Yaşamlarında Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 89-114.
- Yüksel, Ö. (1999). *Uluslararası İşletme Yönetimi ve Türkiye Uygulamaları*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Dijital Bağımlılığın ve Dijital Oyunların Toplumsal Cinsiyet Perspektifi ile İncelenmesi

A Gender Perspective on Digital Addiction and Digital Games

Okan Vardar*

Öz: Son yıllarda teknolojinin ve internetin hayatlarımızda daha fazla yer alması ile dijital bağımlılık kavramı ortaya çıkmıştır. Özellikle çocuklar ve ergenler, dijital bağımlılığın bir türü olan dijital oyun bağımlılığında oransal anlamda ön sıralarda yer almaktadır. Dijital oyun bağımlılığı, ciddi boyutlara ulaştığından Dünya Sağlık Örgütü tarafından Uluslararası Hastalık Sınıflandırmasında oyun bozukluğu adı verilen bir ruhsal sağlık problemi tanımlanmıştır. Bireyde dijital bağımlılık ve özellikle de dijital oyun bağımlılığı meydana gelirken toplumsal cinsiyetin bu süreci şekillendirdiği dikkati çekmektedir. Cinsiyet, evrensel olan, genetik ve anatomik nitelikleri ifade eden bir kavramdır. Toplumsal cinsiyet ise bir toplumun ve ona bağlı kültürün kadın veya erkek olmaya yüklediği anlam ve beklentilerdir. Toplumsal cinsiyet rollerinin etkisiyle erkek çocukların daha çok şiddet, savaş, aksiyon, macera, rekabet, strateji, spor içeren oyunlara; kızların vahşi olmayan, sosyal etkileşim içeren, düşündürücü, yapıcı, gerçekçi oyunlara ilgi duyması beklenmektedir. Bu tür beklentiler ile birlikte toplumsal cinsiyet rolleri dijital oyunlar tarafından da pekiştirilerek yeniden üretilmekte, çocukların ve ergenlerin bilinçaltına yerleşen algılar haline gelmektedir.

Anahtar Kavramlar: Teknoloji, Dijital Bağımlılık, Dijital Oyun Bağımlılığı, Cinsiyet, Toplumsal Cinsiyet.

Abstract: In recent years, the concept of digital addiction has emerged with the fact that technology and the internet have become more involved in our lives. Especially children and adolescents are at the forefront of digital game addiction, which is a type of digital addiction. Since digital game addiction has reached serious dimensions, it has been officially defined as a mental health problem by the World Health Organization under the name of game disorder in the International Classification of Diseases. It is noteworthy that while digital addiction and especially digital game addiction emerges in the individual, gender shapes this process. Sex is a universal concept expressing genetic and anatomical qualities. Gender, on the other hand, is the meaning and expectations that a society and its culture attach to being a man or a woman. With the effect of gender roles, it is expected that boys will be more interested in games that include violence, war, action, adventure, competition, strategy and sports; It is expected that girls will be interested

* Öğr. Gör., Pamukkale Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, Hemşirelik Bölümü, okan192192@outlook.com,
ORCID: 0000-0001-8670-3302.

in non-violent, social interaction, thought-provoking, constructive, realistic games. Along with such expectations, gender roles are reinforced and reproduced by digital games, and they become perceptions embedded in the subconscious of children and adolescents.

Keywords: Technology, Digital Addiction, Digital Game Addiction, Sex, Gender.

Summary

One of the most important changes in the 21st century Earth is the rapid development of technology. With this improvement, technological devices such as phones, computers, tablets have managed to enter the lives of almost every individual and have become an integral part of our lives. The use of the internet with technological devices by almost everyone, especially children and adolescents, can become addictive in some individuals in a short time. This addiction; technology addiction, internet addiction, internet use disorder or internet addiction disorder emerges as a new phenomenon called differently.

The aim of this review is to examine the gender aspect of digital addiction, especially in the digital game world. According to statistics, it is striking that the number of internet, social media, computer and mobile phone users increased in 2019 compared to the previous year. In the latest updated report, it was reported that there were 4.38 billion internet (56% of the world population), 3.48 billion social media (45% of the world population), 5.11 billion mobile phone (67% of the world population) users for 2019. The “digital addiction” in Turkey is above the world average. According to 2019 data, in our country of 82.4 million; 72% of the population are internet users, 63% are social media users. When talking about digital addiction, it would be appropriate to refer to the digital games that are driving large masses around the world. According to the World Health Organization, digital game addiction; it is characterized by increasing the priority given to playing games, where the game takes priority over other interests and daily activities over other activities and continues to play despite the occurrence or increase of negative consequences. On the other hand, digital game addiction varies across the sexes Compared to women, men are more likely to develop digital game addiction.

Sex is a universal concept expressing genetic and anatomical qualities. Gender, on the other hand, is the meaning and expectations that a society and its culture attach to being a man or a woman. According to many societies a man can make his decisions on his own, he is dominant, independent, serious, macho, aggressive, active, unexcited, emotionless while a woman is affectionate, emotional, attractive, sexy, talkative, dependent, weak, coward and obedient. The digital world, which has become an “addiction” day by day for individuals of all ages, especially

for children and adolescents, is shaped by gender which are the characteristics or roles attributed to sexes.

It has been reported that women mostly use the internet for social media, while men mostly play online games. With the digitalizing world, it is not so possible to find children playing on the streets anymore. Instead, children and adolescents spend most of their time playing games on devices such as phones, computers, tablets.

When we think of a toy for girls in everyday life, the first thing that comes to mind is make-up sets with pink colors, dolls, model houses or toy kitchen utensils, while toy cars, weapons or heroes dominated by blue tones are seen as "suitable" for boys. This situation is a consequence of gender. The sexist structure in real life also come to the fore in the digital world. Even in simple games that can be played on web pages, it is possible to find examples of games that point to sexist discrimination with titles such as "girl" and "boy" games on hundreds of websites. While boys prefer games that include violence, war, action, adventure, competition, strategy, and sports, girls tend to play games that are not wild, involve social interaction, suggestive, constructive and realistic. With the preference of such classifications, gender roles are reinforced and reproduced by digital games, and they become perceptions placed in the subconsciousness of children and adolescents.

As a result, the gendered perspective of the digital world is unwittingly penetrated into minds. While gender roles or stereotypes cannot be removed from daily lives yet the concept of gender is reinforced with sexist messages or images that make its weight felt with the increase of digital addiction. Individuals who frequently encounter with the gendered role of the digital world and digital games since childhood, and who have a predominant character of men and tend to see women as secondary, can adopt traditional gender roles much more easily.

Giriş

21. yüzyıl dünyasının şüphesiz en önemli değişimlerinden biri teknolojide görülen hızlı gelişimdir (Güney, 2017). Bu gelişimle birlikte telefon, bilgisayar, tablet gibi teknolojik cihazlar neredeyse her bireyin hayatına girmeyi başarmış ve hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Savcı ve Aysan, 2017). Teknolojik cihazlarla birlikte internetin de başta çocuklar ve ergenler olmak üzere hemen herkes tarafından kullanımı, bazı bireylerde kısa bir sürede bağımlılık boyutlarına gelebilmektedir (Bruno vd., 2014). Bu bağımlılık; teknoloji bağımlılığı, internet bağımlılığı, internet kullanım bozukluğu (internet use disorder-IUD) veya internet bağımlılığı bozukluğu (internet addiction disorder-IAD) gibi farklı şekillerde adlandırılan yeni bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Genellikle internet, akıllı telefonlar, tabletler gibi çeşitli teknolojik

cihazları ve Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal ağ sitelerinin kullanımını kontrol edememeyi içeren ciddi bir sorun olarak tanımlanmaktadır (Addiction, 2019). Öte yandan dijital bağımlılık ele alınırken toplumsal cinsiyetin etkisi göz ardı edilmemelidir. Toplumsal cinsiyet, bir toplumda kadın veya erkek olmaya yüklenen anlam ve beklentilerdir (Dökmen, 2019). Dijital dünyanın çocukları ve ergenleri en çok etkileyen alanı olan dijital oyunlar da toplumsal cinsiyetten etkilenmektedir (Onay & Kıyılıoğlu, 2021). Bu derlemenin amacı, dijital bağımlılığın özellikle de dijital oyun dünyasının toplumsal cinsiyet yönünün incelenmesidir.

Rakamlarla Dijital Dünya

İstatistiklere göre 2019 yılında internet, sosyal medya, bilgisayar ve cep telefonu kullanıcılarının sayısının bir önceki yıla göre artış gösterdiği gözle çarpılmaktadır (We are social, 2019). Son güncel raporda 2019 yılı için 4.38 milyar internet (Dünya nüfusunun %56'sı), 3.48 milyar sosyal medya (Dünya nüfusunun %45'i), 5.11 milyar cep telefonu (Dünya nüfusunun %67'si) kullanıcısı olduğu bildirilmiştir. Sosyal medya ve internet kullanım istatistiklerine bakılırsa, internet kullanımı neredeyse çocukluktan başlamaktadır. İnternet kullanımının 0-12 yaş grubu çocuklarda %22 olması dikkat çekici bir veridir (We are social, 2019). Türkiye'deki "dijital bağımlılık" ise Dünya ortalamasının üzerindedir. 2019 yılı verilerine göre 82.4 milyon nüfusu olan Türkiye'de; nüfusun %72'si internet, %63'ü sosyal medya kullanıcısıdır (Dijilopedi, 2019). Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'nin araştırmasına göre 16-74 yaş aralığındaki bireylerde internet kullanım oranı %82.6'dır (TÜİK, 2021). TÜİK'in çocukları da kapsayan Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım araştırmasına göre bilgisayar kullanmaya başlama yaşı 8.2, internet kullanmaya başlama yaşı 8.4, cep telefonu kullanmaya başlama yaşı ortalama 9'dur (TÜİK, 2013). 06-15 yaş grubu çocukların %55.6'sı bilgisayar, %82.7'si internet, %64.4'ü cep telefonu kullanmaktadır (TÜİK, 2021a). Cinsiyete göre bilgisayar (Erkek: %68- Kadın: %50) (TÜİK, 2018), ve internet (E: %87.7- K: %77.5) kullanımında ise erkeklerin oranının daha fazla olduğu görülmektedir (TÜİK, 2021).

Dijital bağımlılıktan söz ederken, dünya çapında geniş kitleleri peşinden sürükleyen dijital oyunlara (Newzoo, 2017) değinmek uygun olacaktır. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), Uluslararası Hastalık Sınıflandırmasının 11. Revizyonunda (ICD-11) dijital oyun bağımlılığını, oyun bozukluğu adı altında resmen ruhsal bir sağlık problemi olarak tanımlamıştır (WHO, 2018). DSÖ'ye göre dijital oyun bağımlılığı; oyun oynamaya verilen önceliğin artırılması ile karakterize olarak diğer faaliyetler yerine oyunun, başka ilgi alanlarına ve günlük faaliyetlere göre öncelik kazanması ve olumsuz sonuçların ortaya çıkmasına veya artmasına rağmen oyun oynamaya devam edilmesidir (WHO, 2018). Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı'nda (DSM-5) ise

bu durum internette oyun oynama bozukluğu olarak tanımlanmış ve 9 ölçüt sunulmuştur: (1) zihnin internet oyunları ile meşgul olması, (2) internette oyun oynama eylemi gerçekleşmediğinde içe çekilme belirtileri gösterme, (3) internette oyun oynanan zamanın arttırılmasına ihtiyaç duyma (tolerans geliştirme), (4) internet oyun oynamayı kontrol etmeye yönelik başarısız girişimlerde bulunma, (5) internette oyun oynama dışındaki hobilere ve aktivitelere karşı ilgiyi kaybetme, (6) psikososyal problemlerin farkında olunmasına rağmen aşırı şekilde internette oyun oynamaya devam etme, (7) aile üyelerini, terapisti ve diğerlerini internette oyun oynama miktarı hakkında kandırma, (8) olumsuz ruh halinden kaçmak için internette oyun oynama ve (9) internette oyun oynama sebebiyle önemli bir ilişki, iş, eğitim ya da kariyer kaybı (APA, 2013).

Dünya çapında 2.2 milyar civarı (Newzoo, 2017), ABD’de 150 milyondan fazla insan dijital oyun oynamaktadır (ESA, 2018). Yapılan bir çalışmada, araştırmaya katılan bireylerin %6,3’ ü oyun bağımlılığı konusundaki tanısal kriterleri karşılamaktadır (Wolfling, Thalemann, & Grusser-Sinopoli, 2008). Benzer şekilde 7000’ den fazla dijital oyun kullanıcısının yer aldığı bir çalışmada, bireylerin %11,9’unun dijital oyun bağımlısı olduğu ortaya konmuştur (Grusser, Thalemann, & Griffiths, 2007). Başka bir çalışmada ise genç internet kullanıcılarının %1,5 ile %3,5’inin oyun bağımlılığı belirtileri gösterdiği bildirilmiştir (Peukert, Sieslack, Barth, & Batra, 2010).

Farklı çalışmalarda dijital oyun bağımlılığına ilişkin farklı sonuçlar elde edilmiştir. Bu yüzden dijital oyunlarda “aşırı oynama” ile “oyun bağımlılığı” arasındaki farkın ayırımını yapmak gerekmektedir. İki türden oyuncu her gün aynı saatlerde oyun oynayabilir, ancak psikolojik motivasyonları ve oyunun yaşamları içindeki anlamı çok farklı olabilir. Dijital oyun bağımlılığı, oyun için ne kadar zaman harcadığına değil, oyunun diğer yaşam alanlarını ne kadar olumsuz etkilediği ile tanımlanmalıdır (Griffiths, 2010). DSM-5’in mevcut tanı sistemlerine göre ise dijital oyun bağımlılığı henüz bir hastalık olarak kabul edilmemiş, “internette oyun oynama bozukluğu” olarak ele alınmış ve el kitabına eklenmesi için ruhsal bir hastalık olduğunu tanımlayan daha fazla araştırma yapılması önerilmiştir (APA, 2013).

Öte yandan dijital oyun bağımlılığı cinsiyetler arasında farklılık göstermektedir (Wittek vd., 2016). 44.000’den fazla katılımcının yer aldığı bir çalışmada erkek öğrencilerin %3’ünün, kadın öğrencilerin %0.3’ünün dijital oyunu bağımlılığına sahip olduğu bildirilmiştir (Rehbein, Psych, Kleimann, Mediasci, & Mößle, 2010). Kadınlarla karşılaştırıldığında, erkeklerin dijital oyun bağımlılığı geliştirme olasılığı daha yüksektir (Walther, Morgenstern, & Hanewinkel, 2012; Wittek vd., 2016; Xu, Turel, & Yuan, 2012). Ayrıca erkeklerin daha agresif veya şiddet içerikli oyunlar, kadınların ise platform ya da bulmaca oyunları oynama eğilimlerinin daha yüksek olması,

temeli toplumsal cinsiyete dayanan bir sonucu ortaya koymaktadır (Willoughby & Wood, 2008). Dijital dünyanın ve cinsiyetlere göre dijital oyun bağımlılığının şekillenmesinde toplumsal cinsiyetin rolünü anlamak için toplumsal cinsiyete tarihsel açıdan bakmak önemlidir.

Geçmişten Bugüne Toplumsal Cinsiyet

Her toplum, kendi kültürel yapısı doğrultusunda kadın ve erkeği belli kalıplara sokmuş ve her ikisinden de belli başlı beklentiler oluşturmuştur. Kadının ve erkeğin nasıl davranacağı, nasıl giyineceği, gündelik hayatta ikisine de özgü alışkanlıkların neler olduğu, hangi işlerle uğraşabilecekleri gibi pek çok şeyi, içinde bulunulan toplum ve o topluma ait kültür belirlemektedir. Bu gibi durumlar, o toplumda cinsiyet kültürünün temelini oluşturur. Ortak kültürün cinsiyetlere yüklediği roller, uygun gördüğü tavırlar, değerler, tutumlar, gelenekler, evlenme adetleri, aile tipi, giyim tarzları, kadın-erkek tanımlamaları, cinsiyete dair kimlikler hatta güzellik anlayışları bile kültürün cinsiyet perspektifinden kendini ifade etme biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır (Türköne, 1995).

Toplumlar kültürün etkisiyle kadını ve erkeği bazı kalıplara soktuğu için beklentilerin bu yönde olması kaçınılmaz hale gelmiştir. Kadınlar hassastır, daha duygusaldır, erkek adam ağlamaz gibi kalıp yargılar buna örnek verilebilir (Dökmen, 2012). Bu gibi durumlar kadınların ve erkeklerin daha dünyaya gelmeden bile adeta duygularını nasıl yaşamaları gerektiğini belirleyip bir kenara koymuştur. Pek çok toplum kadını duyarlı, ilgili, bakım veren, evcimen; erkeği de kuvvetli, koruyucu, atılgan, lider olarak atfetmiş; hatta bu özelliklerine uygun meslekler ya da görevler yapmaları gerektiği şeklinde yine kalıplar oluşturmuştur (Dökmen, 2019). Örneğin toplumumuzda kadınlar bakım veren ve şefkatli kalıbına sokulduğundan hemşirelik mesleği kadınlarla özdeşleştirilmiştir. Hemşire olduğunu söyleyen bir erkek tuhaf karşılanmaktadır. Bu durum, toplumun kültürel manada kadına ve erkeğe biçtiği rollerden biri olarak örnek verilebilir. Erkeğin yerleşik yaşama geçildikten, mirasta ve tarımda söz sahibi olmaya başladıktan sonraki dönemlerde sosyal statüsü çok fazla değişmemiş, yani hep kadından daha üstün görülmüştür (Berktaş, 2012).

Tarihsel süreç boyunca kadınların toplumda ikincil statüye sahip olduklarına inanılmış, bu düşünce pek çok kesim tarafından kabul görmüş ve 1970'li yıllara kadar sorgulanmamıştır (Güzel Oruk, 2007). Son yıllarda hız kazanan feminist yaklaşımlar, kadınların tarihsel süreçte gerçekten de hep ikincil bir statüye sahip olup olmadığı konusunun gündeme gelmesine neden olmuştur (Berktaş, 2012). Konuyla ilgili yapılan arkeolojik çalışmalarda kent devletlerinin henüz kurulmadığı zamanlarda kadının toplumda yüksek bir statüye sahip olduğu tezi ortaya atılmıştır. Çatalhöyük'te, Avrupa'nın bazı kesimlerinde ve Yakın Doğuda yapılan kazılardan elde edilen

bulgular da bu tezi desteklemektedir (Berktaş, 2012). Bu çalışmalarla birlikte 19. yüzyılda tartışılan konulardan biri feminizm savunucuları tarafından yeniden gündeme getirildi. Cevap aranan soru ise şu idi: Tarih boyunca, erkeklerin egemen olduğu ataerkil toplumların var olduğu dönemler gibi, kadınların egemen olduğu anaerkil toplumların olduğu dönem ya da dönemler de var mıydı? Bu soruya cevap niteliğinde milattan önceki dönemlerde varlığını sürdüren bir devlet olan Babilliler örneği verilmektedir (Stone, 2000). Babilli kadınlar, o dönemde oldukça yüksek bir statüye sahiptiler. Kendi mal varlıklarına sahip olabilir, mallarını yönetebilir, alım satım işleri ile uğraşabilirlerdi. Ana, “evin tanrıçası” manasını taşıyan bir simgeyle anılırdı. Öyle ki anaya karşı suç işlemenin, anayı tanımayan davranışlar sergilemenin cezası o topluluktan sürülmektir. İşte milattan önce var olan Babil devletinde kadınlar hakkında böyle bir anlayışın olması, insanların bir dönem “anaerkil” bir toplumda yaşamlarını sürdürdüklerinin, hatta anaerkil bir soydan geldiğinin kanıtı olarak ileri sürülmektedir (Stone, 2000). Bazı araştırmacılar ilkel dönemlerde anaerkil toplumların var olduğunu, arkeolojik kazılarda bulunan kadın heykellerine ya da mitolojiye dayandırmaktadır. Bu konuda yapılan ilk araştırmalarda yerli kadınların, içinde yaşadığı topluma nazaran oldukça yüksek bir statüye sahip oldukları, ekonomik faaliyetlere yön verdikleri, dinsel ve siyasal olaylarda söz sahibi oldukları, en çarpıcı olanı ise soyun ana tarafından devam ettirildiğine inanıldığı belirtilmiştir (Güzel Oruk, 2007).

Toplumsal cinsiyet tarihinin irdelendiği bazı araştırmalarda en eski tanrıların dişi olduğu belirtilmektedir. Mısır’da tanrılar kadar tanrıçalar da birçok mecrada egemendi ve insan kaderini tayin etmede tanrılarla tanrıçalar birlikte rol oynardı. Tarihsel dönemlerdeki çok eski uygarlıklarda kadına böylesine önemli unvanlar atfedilmesi, tanrıça mertebesine yükseltilmesi, kadınların toplumsal sınıflar, ataerkil aileler, toprak mülkiyeti kavramları ortaya çıkmadan önceki toplumsal konumlarının bir yansıması olarak nitelenmektedir (Saadavi, 1991). İlkel topluluklarda kadınların konumuna biraz daha değinmek gerekirse pek çok ayrıntı dikkati çekmektedir. Kadınların ailede ve evlilik kurumunda öncelikli hakları vardı. Ayrıca kabileler/klanlar anaerkindi ve doğan çocuğa ananın adı verilerek o kabileye ya da klana ait olduğu bu şekilde belirtilirdi. Kadınlar siyasette erkeğe eşitti, iktisadi konularda söz sahibiydi, dinsel törenlere liderlik edebiliyorlardı ve hiçbir konuda kadın-erkek ayrımı yapılmamaktaydı (Saadavi, 1991).

Anaerkillik/ana soyluluk savunucuları, yerleşik hayata geçilmesi ve ardından da mülkiyet kavramının ortaya çıkıp yaygınlaşması ile anaerkil yapılanmanın erkekler tarafından değiştirildiğini ifade etmektedirler. Tarımsal faaliyetlerin artışı ile birlikte tarım araçlarını (saban, çiftlik hayvanları gibi) daha çok erkeklerin kullanması ve sahip olması; en başlarda kadınların denetlediği “ortak” mülkiyetin kontrolünün zamanla erkeklere geçerek “özel” mülkiyet haline geldiği savunulmaktadır (Berktaş, 2012). Tabiri yerindeyse erkeğin “kontrolü ele geçirmesine”

yol açan başka bir faktör daha vardır: Sürekli devam eden savaşlar. Erkeğin kadına göre daha fazla sahip olduğu fiziki güç, doğal olarak savaşlarda erkeğin savaşçı rolüne bürünmesine neden olmuştur. Erkeğin elde ettiği savaşçı rol, toplumsal bazda liderliğini korumak için de kullanılmıştır. Erkek daha fazla söz sahibi olmaya başlamıştır. Erkeğin özel mülk sahibi olmasının ardından mirastan daha fazla pay alması söz konusu olmuştur. Ortaya çıkan bu gelişmeler, kadının statüsünde bir gerilemeyi beraberinde getirerek ikincil bir varlık muamelesi görmeye başlamasına neden olmuştur (Beauvoir, 1993).

Toplumsal cinsiyet ve kadın-erkek statüsüne ilişkin bir başka görüş daha öne sürülmüştür. Bu görüş; ataerkilliğe tam olarak karşı olmamakla birlikte ilkel topluluklarda kadınların daha yüksek toplumsal statüye sahip olduğunu savunmaktadırlar. Bu görüşe göre kadın ve erkek cinsiyetleri arasında eşitlik söz konusu idi. Herkesin fikrini söyleme ve kendi kararlarını uygulama hakkı vardı. Çoğunluğun fikrine uymak önem taşımakta idi ancak bir konu hakkında topluluk ikiye bölünmüşse iki taraf da herhangi bir sorun çıkarmadan ya da karşısındakine zarar vermeden kendi seçtiği yola gidebiliyordu. Böyle bir eşitlik ortamının sağlanabilmesindeki en büyük etken, özel mülkiyetin ve yiyecek depolama imkanının olmaması şeklinde açıklanmaktadır. Kimse kimseden maddi anlamda üstün değildi, borç almak/minnet duymak zorunda kalmazdı. Bu da eşitliği sağlamada önem taşımaktaydı. Hemen hemen tüm görüşler tarımın kadınlar tarafından icat edildiği ve tarımı kolaylaştıran araçları da kadınların geliştirdiği konusunda hemfikirdir. Kadınların tarım yapma ve çeşitli aletler geliştirebilme imkanına sahip olmaları erkekler ile eşit statüde ve saygınlıkta olduklarının bir göstergesi olarak kabul görmektedir. Toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında kadın-erkek eşitliğini savunan bu görüş, bir önceki yani “anaerkilliği” savunanlar ile bir noktada kesişmektedir. Bu ortak fikir, kadının statüsündeki çarpıcı düşüşün yerleşik hayata geçişle başladığıdır. Bu görüşün savunucuları, iki ana noktaya dikkat çekmiştir. Birincisi en eski yazılı kaynaklara göre zamanla çiftçiliğin erkeklerin esas uğraşı haline gelmesi ve tarım arazilerinin üzerinde erkeklerin söz sahibi olup tarım araçlarını tekelleştirmeleri, ikincisi de kadınların tarımı ilk icat ettikleri aşamada yani bahçe tarımında kalmış olmalarıdır. Tüm bunlar kadının statüsünde yıllar içerisinde gerçekleşen bir düşüşe yol açmıştır (Berktaş, 2012).

Orta çağın kadın ve erkek cinsiyetlerine olan bakış açısına gelindiğinde ise kadınların aleyhinde bir durumla karşılaştığımız açıktır. Çok eski çağlardan beri bazı kadınların insanın varoluşu, doğa ve evren konusunda olağandışı duyumsal yeteneklere ve bilgiye sahip olduğunu, halk hekimliği, büyü ve falcılık gibi etkinlikler dolayısıyla insanlar üzerinde etki ve güç sahibi olabildiği tarih kitaplarında yazılmaktadır. Ortaçağ’da Avrupa ve Amerika’da Kilise’nin bunları dindışı, sapkın hareketler olarak nitelendirdiğini ve faillerini yakarak, asarak, mahkûm ederek cezalandırdığı görülmektedir. Engizisyon mahkemelerinde “cadı” ya da “büyücü” olarak nitelenen

bu insanlar arasında erkekler de bulunmasına rağmen, bu alanda yapılan çalışmalar ve verilen sayılar, yok etme hareketinin esas olarak kadınlara yönelmiş olduğunu göstermektedir (Durakbaşı, 2011).

1970'lerden itibaren kadın hareketleri hız kazanmıştır. 1970'li yıllarda bazı Avrupa ve Amerikan üniversitelerinde “kadın tarihi” programları açılmaya başladı. Üniversite düzeyindeki bu programlar/bölümler, akademik manadaki feminizmin yeni kurumsal odakları haline geldiler. Öte yandan kadın tarihi kongreleri yapılmaya başlandı hatta düzenli hale geldi. Kadın tarihi alanındaki araştırmaları arttırmak ve yayın alanını genişletmek için yüksek lisans ve doktora programları açıldı. Amerikalı bir grup tarafından “Toplumsal Cinsiyet ve Tarih” dergisi ile “Kadınların Tarihi” dergisi çıkarıldı ve sosyal bilim çevresinde önemli bir konum elde etti (Durakbaşı, 2011).

Toplumsal cinsiyetin günümüzde olduğu gibi tarih boyunca da çoğunlukla kadınların zarar gördüğü bir olgu olduğu görülmektedir. Bu durumun günümüzün dijital dünyasına ve dijital oyunlara yansımaları da kaçınılmaz olmuştur. Çocukların ve ergenlerin dijital içeriklerle ve dijital oyunlarla önemli bir zaman geçirdikleri göz önüne alındığında, toplumsal cinsiyetin bu alandaki varlığına değinmek gerekmektedir.

Çocuklardaki ve Ergenlerdeki Dijital Bağımlılığın Toplumsal Cinsiyet Perspektifi

Toplumsal cinsiyet kavramı ilk kez 1968 yılında Robert Stoller tarafından ortaya atılmış, 1970'lerde ise popülerlik kazanarak sosyoloji alanına dahil edilmiştir. Toplumsal cinsiyet kavramı, ortaya çıktığı ilk zamanlardan itibaren feminist araştırmacılar tarafından sıklıkla kullanılmıştır (Rose, 2018). Feminist kuramcılara göre cinsiyet, genel olarak sadece kadın ya da erkek olma gibi biyolojik özellikleri açıkladığı için yetersiz bir kavram olarak görülmektedir (Sancar, 2009). Cinsiyet ve toplumsal cinsiyet (gender) kavramları, çoğu zaman birbirinin yerine kullanılsa da içerdiği anlamlar aslında farklıdır (Dökmen, 2019). Cinsiyet, evrensel olan, genetik ve anatomik nitelikleri ifade eden bir kavramdır (Dökmen, 2019). Toplumsal cinsiyet ise, bir toplumun ve ona bağlı kültürün kadın veya erkek olmaya yüklediği anlam ve beklentilerdir (Dökmen, 2019). Yani toplumsal cinsiyet kavramına yüklenen anlam, bizzat toplum tarafından oluşturulmaktadır (Güzel Oruk, 2007). Biyolojik olarak “kadın” ve “erkek” olmak doğuştandır. Öte yandan “kadınlık” ve “erkeklik” ise toplumsallaşma sürecinden köken alır ve kültürel yapı ile yoğrularak şekillenir (Hepşen, 2010).

Şüphesiz ki toplumsal cinsiyet şekillenirken biyolojik cinsiyetten bağımsız olarak düşünülemez. Bir toplumdaki kadınlık ve erkeklik algısı; bebek henüz doğmadan konacak ismin belirlenmesi hatta onun için yapılan alışveriş ile başlar. Cinsiyetin belli olması ile de toplumsal

cinsiyet kurulmuş olur. Bu, toplumun zaman içinde oluşturduğu ve zihinlerde hazır halde bulunan kadınlık ve erkeklik profilinin bir yansımasıdır (Kara & Gürhan, 2013). Toplumsal cinsiyet, hemen her toplumda ve her dönemde aktif olan geleneklerden köken alarak kadınların ya da erkeklerin neler yapıp yapmayacağı konusunda baskı oluşturur. Örneğin kadının ev işleri ile uğraşması, yemek yapması, çocuk bakması; erkeğin “eve ekmek getirmesi” gibi durumların fizyolojik ya da biyolojik bir açıklaması yoktur. Buradan hareketle cinsiyetin biyolojik, toplumsal cinsiyetin ise sosyal birer kavram olduğu söylenebilir (Eckert & McConnell-Ginet, 2013). Kültürlere ve ülkelere göre farklılık göstermekle birlikte kadın ve erkek olmaya yüklenen bazı toplumsal cinsiyet rolleri ve özellikler vardır. Bunlar, hemen herkes tarafından bilinmekte ve kabul görmektedir. Birçok topluma göre erkek; tek başına karar alabilen, dominant, bağımsız, ciddi, maço, agresif, etkin, heyecansız, duygusuz iken kadın; şefkatli, duygusal, çekici, seksi, konuşkan, bağımlı, güçsüz, korkak, itaatkar gibi özellikler taşımaktadır (Ember & Ember, 2003). Kadına ve erkeğe atfedilen bu özellikler, beklentiler ve toplumsal cinsiyet rolleri; bireylerin davranışlarını, tercihlerini, ilgi alanlarını kısacası yaşamını tümüyle etkilemektedir (Dökmen, 2019).

Her yaştan bireyler için özellikle de çocuklar ve ergenler için gün geçtikçe bir “bağımlılık” haline gelen dijital dünya mecrası da cinsiyete yüklenen özellikler ya da rollerle, yani toplumsal cinsiyet ile şekillenmektedir (Chiu, Hong, & Chiu, 2013). Yapılan çalışmalar internet, cep telefonu, sosyal medya ve özellikle bilgisayar oyunları gibi dijital dünya gereçlerinin cinsiyete göre farklı kullanım alanları ve oranları olduğunu göstermektedir (Chen vd., 2017; Dufour vd., 2016; Dündar, 2014; Jenson & de Castell, 2015). Chen vd. (2017) tıp fakültesi öğrencileri ile yaptığı çalışmada, akıllı telefon bağımlılığının %29.8 (kadınlarda %29.3, erkeklerde %30.3) oranında olduğunu bildirmişlerdir. Çalışmada erkek öğrencilerin akıllı telefonlarda oyun oynadıkları, video izledikleri ve müzik dinledikleri; kadın öğrencilerin ise iletişim işlevlerini ve sosyal medya uygulamalarını daha fazla kullandıkları ortaya konmuştur (Chen vd., 2017). Benzer şekilde Dufour vd (2016) öğrenciler üzerinde yaptığı çalışmada, erkeklerin internette kadınlardan daha fazla zaman harcadıkları sonucuna ulaşmışlardır. Kadınlar interneti yoğunluklu olarak sosyal medya için kullanırken, erkeklerin daha çok çevrimiçi oyunlar oynadığı bildirilmiştir (Dufour vd., 2016).

Oyun oynamak, yaşları gereği çocuklar ve ergenler için zaman anlamında günün büyük bir kısmını kapsamakta (Barbu, Cabanes, & Le Maner-Idrissi, 2011) ve kişisel gelişimlerinin şekillenmesinde rol oynamaktadır (Yogman, Garner, Hutchinson, Hirsh-Pasek, & Golinkoff, 2018). Dijitalleşen dünya ile birlikte artık sokaklarda oynayan çocuklara rastlamak pek de mümkün olmamaktadır (Yalçın Irmak & Erdoğan, 2016). Bunun yerine çocuklar ve ergenler zamanlarının büyük bir kısmını telefon, bilgisayar, tablet gibi cihazlarda oyun oynayarak geçirmektedir (Gentile, 2009). Dijital oyun bağımlılığının incelendiği 865 ergen üzerinde yapılan

bir çalışmada, dijital oyun bağımlılığının %28.8 olduğu ortaya konmuştur (Ay, 2014). Benzer şekilde internet ve dijital oyun bağımlılığının ele alındığı bir çalışmada, ergenlerin dijital oyun bağımlılığının %15.6 olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Gunuc, 2017). Dijital oyun bağımlılığı oranları ölçüt kriterlerine ya da kültürlere göre farklılık gösterebilmektedir.

Dijital oyunlarda ve dijital oyun yönelimlerinde, toplumsal cinsiyetin en bariz yansımalarını görmek mümkündür (Dündar, 2014). Cinsiyet klişeleri dijital oyun kültürü ve çevresinde yaygın bir uygulamadır (Carr, 2005). Dijital oyunların nesnelere ve endüstrinin yoğun pazarlama odağı erkek oyuncu olmuştur ve olmaya devam etmektedir (Fron, Fullerton, More ve Pearce, 2007). Gündelik hayatta kız çocukları için bir oyuncak düşündüğümüzde akla ilk gelen pembe renklerin ağırlıklı olduğu makyaj setleri, bebekler, maket evler ya da oyuncak mutfak gereçleri olurken, mavi tonların hâkim olduğu oyuncak arabalar, silahlar ya da kahramanlar erkek çocuklar için “uygun” görülmektedir (Soner, 2017). İşte bu durum, toplumsal cinsiyetin bir sonucudur (Eckert ve McConnell-Ginet, 2013). Gerçek hayattaki toplumsal cinsiyetçi yapı ve tablo, dijital dünyada da ön plana çıkmaktadır (Soner, 2017). Toplumsal cinsiyet rollerinin etkisiyle erkeklerin daha çok şiddet, savaş, aksiyon, macera, rekabet, strateji, spor içeren oyunlara; kızların vahşi olmayan, sosyal etkileşim içeren, düşündürten, yapıcı, gerçekçi oyunlara ilgi duyduğu görülmektedir (Hartmann ve Klimmt, 2006; Kafai, Heeter, Denner ve Sun, 2008). Web sayfalarından oynanabilen basit oyunlarda dahi “kız” ve “erkek” oyunları gibi başlıkların verildiği bir cinsiyetçi ayrıma işaret eden oyunların örneğine yüzlerce web sitesinde rastlamak mümkündür (Jenson ve de Castell, 2015; Vermeulen ve Van Looy, 2016). “Kız oyunları” olarak kategorize edilmiş oyun türleri arasında daha çok makyaj yapma, giysi giydirme, temizlik yapma, mutfak oyunları, yemek/pasta yapma, kuaför oyunları, ev/oda oyunları gibi gerçek hayatta birçok toplumun kadın cinsiyetine atfettiği işlerin ya da eylemlerin dijital ortamda da kadınla özdeşleştirildiği görülmektedir (Cassell ve Jenkins, 2000; Shaw, 2012; Vermeulen ve Van Looy, 2016). Aynı örnekten devam etmek gerekirse, “erkek oyunları” olarak ayrılan kategorilerde savaş, aksiyon, macera, liderlik, spor gibi oyunların yer aldığı bilinmektedir (Cassell ve Jenkins, 2000; Shaw, 2012; Vermeulen ve Van Looy, 2016). Oyunlarda toplumsal cinsiyete vurgu yapan karakterlere ve bu karakterlerin taşıdığı eril ya da dişi özelliklere rastlamak mümkündür (Shaw, 2013; Vanderhoef, 2013). Bu tür sınıflandırmaların tercih edilmesi ile toplumsal cinsiyet rolleri dijital oyunlar tarafından da pekiştirilerek yeniden üretilmekte, çocukların ve ergenlerin bilinçaltına yerleşen algılar haline gelmektedir (Soner, 2017).

Oyun türlerindeki toplumsal cinsiyetçi yönlendirmenin yanı sıra, oyunların içeriği, barındırdığı karakterler, bu karakterlerin özellikleri de toplumsal cinsiyet izleri taşımaktadır (Vermeulen ve Van Looy, 2016). Dünyaca ünlü simülasyon oyunlarından ve en çok kadın oyuncu

sayısına sahip olan Sims serisinde sanal bir dünyada yer alan oyuncunun genel amacı; karakterleri giydirmek, ev işlerini yerine getirmek, evi tasarlamak, çocuklarla ilgilenmek gibi kadından beklenen ve aslında toplumsal cinsiyete vurgu yapan sorumlulukların gerçekleştirilmesidir (Demirel ve Keleşoğlu, 2016). Benzer şekilde çevrimiçi bir oyunun incelendiği bir çalışmada, karakterlerin niteliklerine göre özdeşleştirildiği toplumsal cinsiyet ele alınmıştır (Dündar, 2014). Oyun, savaşçı ya da kâhin karakteri seçildiğinde yalnızca erkek, büyücü ve okçu karakteri seçildiğinde ise yalnızca kadın olmaya izin vermektedir. Her karakterin tek tek açıklandığı çalışmada, büyücü olarak yer alan kadın karakterin verdiği bazı toplumsal cinsiyetçi mesajlara dikkat çekilmiştir. Çalışmaya göre oyunda büyücü karakterin yalnızca kadın seçilebilmesi tesadüf değildir. Tarih boyunca büyücülük, falcılık, cadılık kadına atfedilen inanışlar olmuştur. Oyunda kadın, “büyü ile kötülükler yapabilecek bir güce sahiptir” mesajı işlenerek büyücü karakter “kötü kadın” olarak sunulmaktadır. Öte yandan kadın karakterler seçildiğinde yarı çıplak bir profille karşılaşılmaktadır. Kadın bedeninin, oyun karakteri üzerinden cinsel bir obje olduğu mesajının verildiği belirtilmektedir (Dündar, 2014). Birçok oyun içeriği kadınların klişeleşmiş ve cinselliği çağrıştıran görüntülerini tasvir edip, erkek oyuncuların ilgisini çekmeye çalışmaktadır (Schut, 2006). Ayrıca, genel anlamda kadın oyun karakterlerinin büyük çoğunluğu genellikle çaresiz ve masum rollerle tasvir edilen ya da kurtulmayı bekleyen niteliktedir (Miller ve Summers, 2007).

Elbette kadın karakterlerin savaşçı, güçlü, cesur, akıllı özelliklere sahip olduğu ve başrolde yer aldığı dijital oyunlar da yok değildir (Kan, 2012). Örnek vermek gerekirse, Tomb Raider isimli bir oyun serisinin ana karakteri olan Lara Croft bir kadındır. Oyundaki bu kadın karakter; savaşçı, iyi silah kullanabilen, zeki, meraklı, azimli olarak tasvir edilmiş, gerçek hayatta erkeğe atfedilen toplumsal cinsiyet nitelikleriyle donatılmıştır. Karakter her ne kadar erkeğe atfedilen özelliklere sahip olsa da keskin vücut hatları ve dar kıyafetleriyle cinselliği çağrıştıran bir görünüme sahiptir. Karaktere erkeksi özellikler verilmesinin yanında kadın vücudunu cinsel bir obje olarak çağrıştırmayı, aslında toplumsal cinsiyetin yarattığı bir oluşumdur ve yine verdiği mesajla bilinçaltında hali hazırdaki toplumsal cinsiyet kavramını beslemektedir (Kan, 2012; Seraaamuun, 2015).

Kadının oyun sektöründe cinsel bir obje olarak gösterilmesi ile ilgili verilebilecek örnekler oldukça fazladır (Solmaz, Okumuş, ve Okumuş, 2015). Hem erkek hem kadın karakterlerin yer aldığı oyunların birçoğunda, erkek alışlageldiği gibi güçlü, kuvvetli, sert ve kararlı duruşu ile kadın da narin, büyü, mistik güçlere sahip ancak dikkat çekici şekilde transparan kıyafetleri taşıyan ve belirgin vücut hatları ile tasvir edilmektedir (Demirel ve Keleşoğlu, 2016). Dijital oyunların bu yönü ile çoğu zaman erkek oyuncuların dikkati çekilmesi amaçlansa da zihinlere gönderdiği toplumsal cinsiyet mesajı dikkatten kaçmamaktadır (Dündar, 2014; Seraaamuun, 2015).

Farklı çalışmalarda dijital oyunların toplumsal cinsiyete etkisine vurgu yapılmıştır. Onay ve Kıyılıoğlu (2021) yaptıkları çalışmada, Grand Theft Auto V, FIFA 20, Minecraft: PlayStation 4 Edition, Call of Duty: Modern Warfare, Tom Clancy's Rainbow Six: Siege ve NBA 2K19 oyunlarını betimsel analiz yöntemiyle değerlendirmişlerdir. Çalışmada oyunların genel itibarıyla toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yinelediği ve desteklediği ortaya konmuştur. Benzer şekilde yapılan başka bir çalışmada, erkeklerin kadınlara göre daha fazla şiddet içeren oyun oynama eğiliminde olduğu, strateji, aksiyon ve dövüş türlerindeki oyunları oynadıkları, kadın oyuncuların ise bulmaca, sosyal, müzik, dans ve eğitim içerikli oyunlara yöneldikleri belirtilmektedir (Arda, Kaya ve Çakır, 2021). Bu noktalardan hareketle, kadınlar ve erkeklerdeki oyun tercihlerinin temelinde toplumsal cinsiyetin yansımaları olduğu dikkatten kaçmamalıdır.

Sonuç

Hızla gelişen teknoloji gün geçtikçe hayatımızda daha fazla yer almaktadır. Dijital dünyanın bu denli büyümesi ile birlikte yaşantımıza olan etkileri ve yönlendirici gücünün varlığı yadsınamaz bir gerçektir. Teknolojinin sayısız yararının yanında dijitalleşmenin bağımlılık boyutuna ulaşması, doğal olarak kötü sonuçları da beraberinde getirmektedir. Dijital bağımlılıkla birlikte internet, sosyal medya, dijital oyunlar kısacası dijital dünyanın herhangi bir mecrasında kullanıcıya verilen mesajlar iyi-kötü demeden bireylerin bilinçaltında yer edinmektedir. Bu durum çocuklar, ergenler hatta genç yetişkinler için bile tehlike anlamına gelmektedir. Dijital dünyanın toplumsal cinsiyetçi perspektifi, farkında olmadan zihinlere işlenmektedir.

Gerçek yaşamda toplumların bütünleşmek zorunda kaldığı toplumsal cinsiyet ve cinsiyetçi kalıp yargılar, dijital dünyanın şekillenmesinde büyük rol oynamaktadır. Toplumsal cinsiyet kavramı ile yoğrulan dijital dünya da kendini oluşturan bileşenleri bir bütün halinde ve parçalarından çok daha güçlü şekilde kullanıcılara yansıtmaktadır. Henüz gerçek yaşamdaki toplumsal cinsiyet rollerini ya da kalıp yargıları kıramamışken, dijital bağımlılığın artışı ile birlikte ağırlığını hissettiren cinsiyetçi mesajlar ya da imgelerle toplumsal cinsiyet kavramı pekiştirilmektedir. Özellikle dijital oyun sektöründe bariz bir şekilde görünen toplumsal cinsiyet imajları ve mesajları tıpkı gerçek hayattaki toplumsal cinsiyet sonuçlarını içermektedir.

Dijital oyunlar çoğu zaman kadını korunmaya muhtaç, edilgen, zayıf, kırılğan ve cinsel bir obje olarak lanse etmekten geri durmamaktadır. Gerçek hayatta erkeklerin lehine kadınların aleyhine olan toplumsal cinsiyet tablosu, dijital dünyada ve oyunlarda da aynı şekilde karşımıza çıkmaktadır. Çocukluk döneminden itibaren dijital dünyanın ve dijital oyunların toplumsal cinsiyetçi rolü ile sıkça karşılaşan ve erkeği egemen, kadını ikincil statüde görmeye yatkın

karaktere sahip bireyler, geleneksel toplumsal cinsiyet rollerini çok daha kolay benimseyebilmektedir.

Toplumsal yaşantı, dijital dünyayı şekillendirse de dijital dünya aracılığı ile verilen doğru mesajların da toplumun algılarını yönlendirebileceği unutulmamalıdır. Bu açıdan düşünüldüğünde dijital dünya, özellikle de çocuklara hitap eden dijital oyunlar yoluyla verilecek mesajlar, cinsiyetçi yaklaşımların ya da toplumsal cinsiyetin olumsuz etkilerini kırabilir. Teknoloji çağında olduğumuz gerçeğinden hareketle yola çıkarak, bireylerin çocukluk ve ergenlik dönemlerini doğrudan etkileyen dijital dünyanın ve dijital oyunların cinsiyet eşitliğini temel alan, kadını ve erkeği toplumsal cinsiyetin kalıp yargılarına sokmayan ürünler ortaya koyması son derece önem taşımaktadır. Bu mecraya ilginin küçük yaşlardan itibaren başlaması ve yoğun olması, durumu bir fırsata çevirmeyi sağlayabilir. Çocuklar ve ergenlerin kadın-erkek eşitliğine vurgu yapan dijital içerikler ve dijital oyunlarla eğitilmesinin, bu anlamda atılabilecek önemli bir adım olacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Addiction. (2019). Technology addiction. Erişim adresi: <https://www.addiction.com/addiction-a-to-z/technology-addiction/>
- American Psychiatric Association (APA). (2013) *Diagnostic and statistical manual of mental disorders-5*. Washington, DC: American Psychiatric Publishing.
- Arda, Ü., Kaya, R., ve Çakır, V. O. Serbest zaman etkinliği olarak dijital oyunlar ve toplumsal cinsiyet. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(38), 1-28.
- Ay, I. (2014) *Ortaöğretim Öğrencilerinin Dijital Oyun Oynama Davranışlarının Sağlık Davranışı Etkileşim Modeline Göre İncelenmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Barbu, S., Cabanes, G., ve Le Maner-Idrissi, G. (2011). Boys and girls on the playground: sex differences in social development are not stable across early childhood. *PLoS One*, 6(1), e16407.
- Beauvoir, S. (1993). *Kadın "ikinci cins" genç kızlık çağı*. (Çev. Bertan Onaran). İstanbul: Payel Yayınevi.
- Berktaş, F. (2012). *Tek tanrılı dinler karşısında kadın*. (4 ed.). İstanbul: Metis Kitabevi.
- Bruno, A., Scimeca, G., Cava, L., Pandolfo, G., Zoccali, R. A., ve Muscatello, M. R. (2014). Prevalence of internet addiction in a sample of southern Italian high school students. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 12(6), 708-715.

- Carr, D. (2005). Contexts, gaming pleasures, and gendered preferences. *Simulation ve Gaming*, 36(4), 464-482.
- Cassell, J., ve Jenkins, H. (2000). *From Barbie to Mortal Kombat: gender and computer games*: MIT press.
- Chen, B., Liu, F., Ding, S., Ying, X., Wang, L., ve Wen, Y. (2017). Gender differences in factors associated with smartphone addiction: a cross-sectional study among medical college students. *BMC Psychiatry*, 17(1), 341.
- Chiu, S. I., Hong, F. Y., ve Chiu, S. L. (2013). An Analysis on the Correlation and Gender Difference between College Students' Internet Addiction and Mobile Phone Addiction in Taiwan. *ISRN Addict*, 2013, 360607.
- Demirel, E., ve Keleşoğlu, K. (2016). Dijital oyunlarda toplumsal cinsiyet. Erişim adresi: https://www.academia.edu/35442715/Dijital_Oyunlarda_Toplumsal_Cinsiyet
- Dijilopedi. (2019). Türkiye internet kullanım ve sosyal medya istatistikleri. Erişim adresi: <https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>
- Dökmen, Ü. (2012). *Sanatta ve günlük yaşamda iletişim çatışmaları ve empati*. (60 ed.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Dökmen, Z. Y. (2019). *Toplumsal cinsiyet, sosyal psikolojik açıklamalar* (10 ed.). Ankara: Remzi Kitabevi.
- Dufour, M., Brunelle, N., Tremblay, J., Leclerc, D., Cousineau, M. M., Khazaal, Y., . . . Berbiche, D. (2016). Gender difference in internet use and internet problems among Quebec High School students. *Can J Psychiatry*, 61(10), 663-668.
- Durakbaşı, A. (2011). Tarih yazımı. Y. Ecevit, M. Ecevit (Ed.), *Toplumsal cinsiyet sosyolojisi* içinde. (1 ed.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Dündar, G. (2014). Dijital oyunlarda toplumsal cinsiyet inşası: Warrior of nemesis örneği. Erişim adresi: https://www.academia.edu/17570276/Dijital_Oyunlarda_Toplumsal_Cinsiyet_In_sas%C4%B1_Warrior_Of_Nemesis_%C3%96rne%C4%96
- Eckert, P., ve McConnell-Ginet, S. (2013). *Language and gender*: Cambridge University Press.
- Ember, C. R., ve Ember, M. (2003). *Encyclopedia of Sex and Gender: Men and Women in the World's Cultures Topics and Cultures AK-Volume 1; Cultures LZ* (Vol. 2): Springer Science ve Business Media.

- ESA. (2018). Essential facts about the computer and video game industry 2018. Erişim adresi: <https://igea.net/2018/06/the-esa-essential-facts-about-the-computer-and-video-game-industry-2018/#:~:text=More%20than%20150%20million%20Americans,are%20age%2018%20or%20older>
- Fron, J., Fullerton, T., More, J., ve Pearce, C. (2007). *The hegemony of play*. Paper presented at the Situated Play: Proceedings of the third international conference of the Digital Games Research Association (DIGRA).
- Gentile, D. (2009). Pathological video-game use among youth ages 8 to 18: A national study. *Psychological Science*, 20(5), 594-602.
- Griffiths, M. D. (2010). The role of context in online gaming excess and addiction: some case study evidence. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 8(1), 119-125.
- Grusser, S. M., Thalemann, R., & Griffiths, M. D. (2007). Excessive computer game playing: evidence for addiction and aggression? *Cyberpsychol Behav*, 10(2), 290-292.
- Güney, B. (2017). Dijital bağımlılığın dijital kültüre dönüşmesi: netlessfobi. *Electronic Journal of New Media*, 1(2), 207-213.
- Gunuc, S. (2017). Peer influence in internet and digital game addicted adolescents: is internet/digital game addiction contagious. *Int J High Risk Behav Addict*, 6(2), e33681.
- Güzel Oruk, S. (2007). *Toplumsal Cinsiyetin Oluşumunda Psiko-Sosyal ve Dinsel Faktörlerin Rolü ve Önemi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hartmann, T., & Klimmt, C. (2006). Gender and computer games: exploring females' dislikes. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(4), 910-931.
- Hepşen, Ö. (2010). *Tevrat, İncil ve Kuran-ı Kerim'de Kadın Bedeni*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Jenson, J., & de Castell, S. (2015). Online games, gender and feminism in. *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*, 1-5.
- Kafai, Y. B., Heeter, C., Denner, J., & Sun, J. Y. (2008). *Beyond Barbie and Mortal Kombat: new perspectives on gender and gaming*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Kan, D. (2012). Yeni medya aracı bilgisayar oyunlarında toplumsal cinsiyetin inşası. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication-TOJDAC*, 2(4), 52-60.

- Kara, Z., & Gürhan, N. (2013). Eşit/sizliğin tarafı olmak: Mardin'de toplumsal cinsiyet algısı. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 65-92.
- Miller, M. K., & Summers, A. (2007). Gender differences in video game characters' roles, appearances, and attire as portrayed in video game magazines. *Sex Roles*, 57(9-10), 733-742.
- Newzoo. (2017). Newzoo's 2017 report: insights into the \$108.9 billion global games market. Erişim adresi: <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-2017-report-insights-into-the-108-9-billion-global-games%20market/>
- Onay, C. Z., & Kıyılıoğlu, L. (2021). Dijital oyunlarda kadın ve erkek temsilinin toplumsal cinsiyet işaretleri bağlamında değerlendirilmesi. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(41), 955-993.
- Peukert, P., Sieslack, S., Barth, G., & Batra, A. (2010). Internet- and computer game addiction: phenomenology, comorbidity, etiology, diagnostics and therapeutic implications for the addicts and their relatives. *Psychiatr Prax*, 37(5), 219-224.
- Rehbein, F., Psych, G., Kleimann, M., Mediasci, G., & Möble, T. (2010). Prevalence and risk factors of video game dependency in adolescence: results of a German nationwide survey. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(3), 269-277.
- Rose, S. O. (2018). *Toplumsal cinsiyet tarihçiliği nedir?* (1 ed.). İstanbul: Can Yayınları.
- Saadavi, N. E. (1991). *Havva'nın örtülü yüzü*. (Çev. Sibel Özbudun). İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Sancar, S. (2009). *Erkeklik: imkansız iktidar: ailede, piyasada ve sokakta erkekler*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Savcı, M., & Aysan, F. (2017). Teknolojik bağımlılıklar ve sosyal bağıllık: internet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığının sosyal bağıllığı yordayıcı etkisi. *Düşünen Adam: The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 202-216.
- Schut, K. (2006). Desktop conquistadors: Negotiating American manhood in the digital fantasy role-playing game. In J. P. Williams, S. Q. Hendricks, & W. K. Winkler (Eds.), *Gaming as culture: essays on reality, identity, and experience in fantasy games*. Jefferson, NC: McFarland & Company.
- Seraaamuun. (2015). Dijital oyunlarda toplumsal cinsiyet. Erişim adresi: <https://seraamuun.wordpress.com/2015/06/08/25/>

- Shaw, A. (2012). Do you identify as a gamer? Gender, race, sexuality, and gamer identity. *New Media & Society*, 14(1), 28-44.
- Shaw, A. (2013). On not becoming gamers: Moving beyond the constructed audience. *Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*, 2, 1-27.
- Solmaz, A., Okumuş, M., & Okumuş, K. (2015). *Dijital oyunlarda müstehcenlik*. Paper presented at the Uluslararası Oyun ve Oyuncak Kongresi, Erzurum.
- Soner, T. (2017). Dijital çocuk oyunları ve toplumsal cinsiyet: gerçeklikten sanala kırılamayan kalıplar. Erişim adresi: <https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr/2017/03/30/dijital-cocuk-oyunlari-ve-toplumsal-cinsiyet-gerceklikten-sanala-kirilamayan-kaliplar/>
- Stone, M. (2000). *Tanrılar kadinken*. (Çev. Nilgün Şarman). (1 ed.). İstanbul: Payel Yayınevi.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2021). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2021. Erişim adresi: [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437)
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2021a). Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2021. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cocuklarda-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2021-41132>
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2018). Hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması. Erişim adresi: http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028
- Türköne, M. (1995). *Eski Türk toplumunda cinsiyet kültürü*. (1 ed.). Ankara: Ark Yayınevi.
- Vanderhoef, J. (2013). Casual threats: The feminization of casual video games. *Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*, 2.
- Vermeulen, L., & Van Looy, J. (2016). "I Play So I Am?" A Gender Study into Stereotype Perception and Genre Choice of Digital Game Players. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(2), 286-304.
- Walther, B., Morgenstern, M., & Hanewinkel, R. (2012). Co-occurrence of addictive behaviours: personality factors related to substance use, gambling and computer gaming. *Eur Addict Res*, 18(4), 167-174.
- We are social. (2019). Digital in 2019. Erişim adresi: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>
- WHO. (2018). Gaming disorder. Erişim adresi: <https://www.who.int/features/qa/gaming-disorder/en/>

- Willoughby, T., & Wood, E. (2008). *Children's learning in a digital world*: John Wiley & Sons.
- Wittek, C. T., Finseras, T. R., Pallesen, S., Mentzoni, R. A., Hanss, D., Griffiths, M. D., & Molde, H. (2016). Prevalence and predictors of video game addiction: a study based on a national representative sample of gamers. *Int J Ment Health Addict*, *14*(5), 672-686.
- Wolfling, K., Thalemann, R., & Grusser-Sinopoli, S. M. (2008). Computer game addiction: a psychopathological symptom complex in adolescence. *Psychiatr Prax*, *35*(5), 226-232.
- Xu, Z., Turel, O., & Yuan, Y. (2012). Online game addiction among adolescents: motivation and prevention factors. *European Journal of Information Systems*, *21*(3), 321-340.
- Yalçın Irmak, A., & Erdoğan, S. (2016). Digital game addiction among adolescents and young adults: A current overview. *Turk Psikiyatri Dergisi*, *27*(2), 1-11.
- Yogman, M., Garner, A., Hutchinson, J., Hirsh-Pasek, K., & Golinkoff, R. M. (2018). The power of play: A pediatric role in enhancing development in young children. *Pediatrics*, *142*(3), :e20182058.

Pembe ve Mavi İkiliğine Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Postmodern Feminist Bir Yaklaşım

A Postmodern Feminist Approach to the Pink and Blue Duality in the Context of Gender

Arzum Uzun*

Öz: Bu çalışmanın amacı, kadın-erkek ikili karşıtlığını destekler yönde gelişen, toplumsal cinsiyet rollerini kuvvetlendiren bir cinsiyet stereotipi olarak karşımıza çıkan kız çocukları için pembe, erkek çocukları için mavi ikili karşıtlığını/algısını, tarihsel bağlamı çerçevesinde, postmodern feminizmin kuramsal yaklaşımıyla incelemektir. İki rengin tarihsel dönüşümü üzerinden ilerleyeceğimiz bu makalede temel hedefimiz, ikili karşıtlıkların pek çoğunun ataerkil hegemonya tarafından iddia edildiği gibi sabit kategoriler olmadığını sosyal olarak inşa edildiğini ve beslendiğini bu kez sembolik olarak, cinsiyet rolleri bağlamında renkler üzerinden göz önüne sermektir. Bu iki rengin, sadece iki yüz yıl kadar önce tam tersi bir ikili karşıtlığı sembolize ettiği halde, sosyokültürel ajanlar aracılığı ile topluma değişmez sabitlermiş gibi yansıtılması, toplumsal cinsiyet inşasının ikili karşıtlıklarla beraber nasıl çalıştığına açık bir örnek teşkil etmektedir. Bu bağlamda özellikle toplumsal cinsiyet ve cinsiyet rollerinin ve toplumsal cinsiyet çerçevesinde yaratılan ikiliklerin ya da ikili karşıtlıkların, tamamen kurgusal olarak üretilmiş toplumsal inşalar olması çalışmamızın temel sorunsalıdır. Bu sembolik örnek üzerinden, postmodern feminizmin ve postyapısalcılığın tamamen karşı olduğu ikili karşıtlıkların inşa süreci pembe-mavi ikiliği üzerinden incelenerek, gelenek olarak kabul ettirilen ikiliklerin ya da ikili karşıtlıkların, aslında sosyal kurmacalar olduğu gerçeği bir kez daha gözler önüne serilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kavramlar: Pembe, Mavi, Pembe ve Mavi, İkili Karşıtlıklar, Postmodern Feminizm

Abstract: The aim of this study is to examine the binary opposition/perception of pink for girls and blue for boys, which emerges as a gender stereotype that supports the binary opposition of men and women and strengthens gender roles, through the framework of its historical context, within the theoretical approach of postmodern feminism. The main goal of this article which proceeds through the historical transformation of two colors is to reveal that many of the binary oppositions are not fixed categories as claimed by the patriarchal hegemony, but are socially constructed and nurtured, which is represented symbolically by colours this time in the context of gender roles. Although these two colors symbolized the exact opposite binary opposition only two hundred years ago, the reflection of them on society as if they were immutable norms through sociocultural agents is a clear example of how gender construction works hand in hand with

* Doktora Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi, Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Anabilim Dalı, arzumuzunatolye@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0256-0805.

binary oppositions. In this context, the main problem of our study is that especially gender and gender roles and the dichotomies or binary oppositions created within the framework of gender are social constructions produced purely as a fiction. Through this symbolic example, the construction process of binary oppositions, which postmodern feminism and poststructuralism are completely opposed to, are examined through the pink-blue duality, and the fact that the traditionally accepted binary or binary oppositions are actually social fictions are revealed once again.

Keywords: Pink, Blue, Pink and Blue, Binary Opposites, Postmodern Feminism

Summary

From our childhood, we have been taught about both gender-coded roles and binary oppositions. Afterwards, the process of perceiving these social constructions as an unchangeable fact of life begins. Constructions of binary oppositions create a feeling of “as it always is” after a certain point. This is also the case for the expected behaviors from two different sexes, which are divided into men and women based on biological sex in terms of gender roles. In relation to the historical context, women and men were expected to behave in certain ways, in addition to dressing up in certain colors, with certain wardrobe codes. However, these expectations have been very fluid in very short time periods, as if proving the artificiality, variability, rootlessness of gender and gender codes and that they are only social constructs related to the historical context. For example, high heeled shoes were men's shoes when they first appeared in the Persian Kingdom in the 10th century, yet over time men stopped wearing high-heeled shoes and high heels have turned into women's shoes and even a fetish element symbolizing femininity (Kremer, 2013). The same is true for colors. Color codes are shaped very differently in the pre-industrial revolution period. Girls and boys were dressed up in white, which is easier to clean instead of two different colors such as blue and pink. As it becomes easier to reach colour pigments with the development of textile industry, a colour-coded binary starts. Boys are matched with pink and girls with blue at first. Later, girls started to be dressed up in pink and boys in blue. This second combination, which developed very late took so much action that it has become a phenomenon that continues its effect until today. Today, at gender reveal parties, families are waiting with interest to puncture balloons and scatter blue or pink confetti. Unconditionally pink items are given to a baby girl and a pink room is prepared, and pink toys in pastel tones are bought for girls. The same is true for men and blue. Although many of these normative values have been shaken by the influence of feminism over time, girls still come to mind when they say pink, and boys when they say blue.

This study reveals that this understanding, which seems fixed and unchanging, is actually a socially constructed duality that is extremely open to change; The literature reviews made in this way are compared and the fact that these created dichotomies are actually fictions are underlined

with the deconstructive point of view of postmodern feminism on dualities and enlightened binary oppositions. Our main aim here is to reveal the fictionality of the gender issue, the fluidity and variability of gender roles and gender stereotypes through the symbolic example of pink-blue. In addition, it would be appropriate to point out once again how effective the deconstruction of gender and gender codes can be in the long run.

As seen in the study, pink-blue duality is accepted as it always has been there since the beginning of the history. Yet, it is nothing more than a social construct which becomes widespread though cultural imperialism and capitalism following the Industrial Revolution. The biggest proof which signifies that this duality is a social construct is that it was constructed in the opposite direction, namely pink for men and blue for women, and has been used in this way until recently. From this point of view, it is possible to clearly see the fact that many dualities, especially gender roles, are social constructions that are constructed in a relationship of otherness by keeping one superior to the other.

Giriş

Çocukluğumuzdan itibaren toplumsal cinsiyet çerçevesinde kodlanmış cinsiyet rolleri ve bunların eşlik ettiği ikili karşıtlıklar bize öğretilmeye başlanır. Devamında ise bu sosyal inşaları, hayatın değişmez bir gerçeğiymiş gibi algılama sürecimiz başlar. İkili karşıtlık inşaları, bir noktadan sonra bizde sanki hep öyleymişlik hissi yaratır. Bu durum, toplumsal cinsiyet rolleri bakımından biyolojik cinsiyet üzerinden kadın ve erkek olarak ikiye ayrılan iki farklı cinsten beklenen davranışlar için de geçerlidir. Tarihsel bağlamla ilişkili olarak kadınlardan ve erkeklerden belli şekillerde davranmaları beklendiği gibi benzer şekilde, belli renklerde gardırop kodlarıyla giyinmeleri de beklenmiştir. Ancak bu beklentiler, toplumsal cinsiyetin ve cinsiyet kodlarının yapaylığını, değişkenliğini, köksüzlüğünü ve sadece tarihsel bağlamla ilişkili sosyal kurgular olduklarını ispat edercesine, çok kısa zaman dilimlerinde çok şiddetli akışkanlık göstermiştir. Örneğin topuklu ayakkabı 10. yüzyılda Pers Krallığı'nda ilk ortaya çıktığında bir erkek ayakkabısıyken, zaman içerisinde erkekler yüksek ökçeli ayakkabılar giymeyi bırakmış; topuklu ayakkabı kadın ayakkabısına hatta kadınlığı simgeleyen bir fetiş unsuruna dönüşmüştür (Kremer, 2013). Aynı durum renkler için de geçerlidir. Renk kodları, sanayi devrimi öncesi dönemde, çok farklı şekillenmiştir. Kız çocukları ve erkek çocukları mavi ve pembe gibi iki farklı renk yerine temizlemesi daha kolay olduğu için beyaz giydirilirken, renk pigmentlerine ulaşımın kolaylaşması ve tekstilin bir sanayi olarak dünyada gelişmesinden sonra, bu konuda da toplumsal cinsiyet kodları çerçevesinde bir ikiliğe gidilmiş; önce erkekler pembe, kızlar mavi; sonra kızlar pembe, erkekler mavi giydirilmeye başlamıştır. Çok geç gelişen bu ikinci kombinasyon o kadar

çok kabul görmüştür ki, etkisini günümüze değin sürdüren bir fenomen haline gelmiştir. Bugün cinsiyet açıklama (gender reveal) partilerinde aileler balonlar patlatarak içlerinden mavi mi, pembe mi konfeti saçılacağını ilgiyle beklemekte, kız doğacak bir bebeğe kayıtsız şartsız pembe eşyalar alınmakta, pembe oda hazırlanmakta, kızlara has görülen pastel tonlarda pembe oyuncaklar satın alınmaktadır. Aynı durum, erkek çocuklar ve mavi rengi eşleşmesi için de geçerlidir. Zaman içinde feminizmin etkisiyle bu normatif değerlerin pek çoğu sarsılmışsa da hâlâ pembe renk kızları, mavi renk erkekleri akla getirmektedir.

Bu çalışmada, sabit ve değişmez görünen bu anlayışın, aslında değişime son derece açık, sosyal inşa ürünü bir ikilik olduğu özetlenmeye çalışılacak, bu amaçla yapılan literatür taramaları karşılaştırılacak ve yaratılan bu ikiliklerin birer kurgu olup olmadığı postmodern feminizmperspektifi ve aydınlanmacı ikili karşıtlıklar bağlamında yapısökümcü bakış açısıyla sorgulanacaktır. Buradaki temel amaç toplumsal cinsiyet sorununun kurgusal olduğunu, toplumsal cinsiyet rollerinin ve toplumsal cinsiyet stereotiplerinin akışkanlığını ve değişkenliğini pembe-mavi sembolik örneği üzerinden bir kez daha irdelemektir. Ayrıca toplumsal cinsiyet ve cinsiyet kodlarında gerçekleştirilen yapısökümün uzun vadede ne kadar etkili olabileceği gerçeği de böylece bir kez daha değerlendirilecektir.

Ortaya çıkışı 20. yy'ı bulan pembe-mavi ikiliği, neredeyse tarih boyunca hep oradaymış ve iki farklı cinsiyeti işaret ediyormuş gibi kabul görmesine rağmen, Sanayi Devrimi sonrası gelişen yoğun kapitalizmin etkisi ve kültürel emperyalizmin yayılımı ile geniş kitlelere ulaşmıştır. Bu noktadan hareketle, başta toplumsal cinsiyet rolleri olmak üzere, pek çok ikili açıklamada ikilikler biri diğerine üstün tutularak ötekilik ilişkisi içerisinde kurgulanmıştır. Pembe-Mavi ikiliğinde de mavinin “öteki” si olarak pembe ile özdeşleştirilen kadınlar ikincilleştirilmişlerdir.

Kurgusal Bir Olgu Olarak Toplumsal Cinsiyet

Toplumsal cinsiyet (gender) kavramını kuramsallaştıran Ann Oakley 1972 yılında yayımladığı *Sex, Gender and Society* adlı kitabında, cinsiyet (seks) biyolojik açıdan ve erkek/kadın ayrımını; toplumsal cinsiyet (gender) ise erkeklik ile kadınlık arasındaki toplumsal açıdan eşitsiz bölünmeyi anlattığını belirtir (Oakley, 1972).

Vatandaş'a göre (2007: 30) “Kadın veya erkek, günlük dildeki yaygın kullanımıyla hem bireyin biyolojik anlamda dişi/female veya er/male oluşunu, hem de toplumun bireye sunduğu roller sistemi dâhilinde anlam kazanan kadın/woman veya erkek/man oluşu ifade eden iki terimdir”. Bu terimlerle anlam kazanan biyolojik boyut ile bu biyolojik yapı üzerine inşa edilen toplumsal boyut, birbirinden tamamen farklıdır. Biyolojik açıdan erkek ya da dişi olarak dünyaya

geliriz. Ancak cinsiyetin toplumsal boyutu, verili bir özellikten çok gündelik şeyleri sembolize eder (Vatandaş, 2007).

Savcı'ya göre ise toplumsal cinsiyet kavramı, cinsiyet odaklı iş bölümünü ve biyolojik cinsiyetler arasındaki toplumsal ilişkileri özetleyen hem kadın hem de erkeğin toplumsal pozisyonuna işaret eden bir kavramdır (Savcı, 1999). Cinsiyet kadın ve erkek arasındaki biyolojik farklılığı ifade eder; oysa toplumsal cinsiyet, değişik kültürlerin, farklı tarihsel bağlamların, farklı coğrafyaların, kadına ve erkeğe toplumsal olarak yüklediği rolleri ve sorumlulukları da içeren geniş spektrumlu bir kavramdır (Taborga ve Bearyl, 2000). Cinsiyetin biyolojik niteliğinden ayrılarak kadın ve erkeğe içinde yaşanılan toplumun attığı kadınlık ve erkeklik biçimlerini belirler (Bilgin, 1994).

Toplumsal cinsiyet, bireyin doğumundan itibaren nesnesi olduğu bir inşa sürecidir. Vatandaş (2007), bu sürecin doğumun devamında, hiç vakit kaybedilmeden, biyolojik cinsiyet ekseninde oluşup anlam kazanan davranışlar örgüsünün mensubu haline getirilmemiz şeklinde işlediğini söyler. Doğan çocuklara hazırlanan giyecek ve eşyaların renklerinin ya da biçimlerinin ebeveynleri tarafından seçimi yapılmakta, kadınlık ve erkeklik kimliğine içkin olan davranışlar ve tutumlar ortaya serilerek cinsiyet rolleri inşasının temelleri atılmaktadır (Vatandaş, 2007). Bu noktada belirtilen, aile tarafından kız çocuk için pembe, erkek çocuk için mavi eşyalar ve giysiler seçilerek, onların toplumsal cinsiyet rollerine hazırlanmaya başlandığıdır.

Doğum sonrasında, çocuk için belirlenen toplumsal dünya gittikçe belirginleşir; elbiseler, saçın boyu ve biçimi, hitaplar, oyuncaklar, çocuğa yönelik davranışlardaki sevecenlik biçimi ve dozajı, çocuk için uygun bulunan veya uygun bulunmayan davranışlar, çocuk için düşünülen ve arzulanan meslekler vs. tüm bunlar söz konusu inşa eyleminin sonraki bazı aşamalarını teşkil eder. Esasen davranış, tutum ve rollerle ilgili olan kadınlık ve erkeklik, dişi veya er oluş temelinde şekillenen iki farklı boyutu ifade etmektedir. Toplumlar için bu ayrım son derece önemlidir. Bu nedenle de alanları oldukça net bir şekilde birbirinden ayrılmıştır. Buna göre birey ya dişidir ya da erdir; dolayısıyla ya kadındır ya da erkektir. Toplum, bireyden, değişmez bir ölçüt kabul ettiği biyolojik cinsiyetine göre davranışlar sergilemesini ister; hazırladığı davranışlar örgüsünü kabullenmesi ve 'uygulaması için zorlar. (Vatandaş, 2007: 30)

Bu noktadan hareketle mavi ve pembe ikiliğiyle başlayan toplumsal cinsiyet yolculuğunun zamanla başka ikili karşıtlıklara da yol açtığını, kişilerden beklenen toplumsal cinsiyete uygun davranma taleplerini karşılamak zorunda bırakılmanın ilk adımı ve biyolojik cinsiyet temelli en masum görünen ilk ayrışma olduğunu görmek mümkündür.

(Toplumsal) Cinsiyet Rollerini

Rol kavramını ilk kez 1934 yılında G.H. Mead'ın *Mind Self and Society* adlı kitabında, kişinin toplumun üyesi olarak taşıdığı özelliklerin temeli olarak ele alınır. İki yıl sonra Raph Linton, *The Study on Man: An Introduction* adlı kitabını yayımlar ve rol kavramını sosyolojide temel sözcüklerden biri olur. Tan'ın rol kavramı tanımlarından biri, "belirli bir toplumsal durumla ilişkili beklenen davranış kalıpları ya da gerçek davranış kalıpları"dır (Tan, 1979: 158). Bu bağlamda rolün, toplumsallığın kişide davranışa dönüşmüş hali olduğunu iddia etmek yanlış değildir. Zira rol hem toplumsal hem de bireyseldir.

Cinsiyet rolleri olarak anılan toplumsal cinsiyet rolleri ise kişinin biyolojik olarak erkek ya da kadın oluşu çerçevesinde şekillenir. Dolayısıyla cinsiyet rolleri, kişiden toplumsal cinsiyeti çerçevesinde beklenen davranış kalıplarını kapsar. Bu noktada karşımıza kadın ve erkek ikiliği/ikili karşıtlığı çıkar. Zira toplumsal cinsiyet rolleri her zaman ikili cinsiyet rejimi üzerinden işler. Kişiden beklenen biyolojik cinsiyeti çerçevesinde kadın ya da erkek rollerini sergilemesidir. Evrim'e (1972) göre, evrensel biyolojik özelliklere dayanan bu ikili kategori hem birey hem de toplum için önemlidir. Çünkü bu ikili cinsiyet rejimi üzerinden inşa edilen roller, kişinin toplumsal yaşama katılım imkanlarını ve tarzlarını belirlemekte; toplumdaki iş bölümü sürecini etkilemekte, kadın ve erkekte yaşlarına göre beklenen sorumluluk ve görevleri belirtmektedir.

Dahrendorf ve genel rol teorisi savunucuları cinsiyet rollerini, sosyoloji ve psikolojinin sınırında betimlediği görülmektedir. Öğrenme temelli bu teoride, cinsiyet rolleri toplumsallaşma ya da içselleştirme aracılığı ile herhangi bir şey nasıl öğreniliyorsa aynen o şekilde öğrenilir (Vatandaş, 2007: 34). Bu öğrenme, iki mekanizmalıdır: İlkinde çocuk, cinsine uygun davranışlar sergilediğinde anne-baba tarafından mükafatlandırılır (gülümsemek, hoş sözler söylemek gibi), uymadığında cezalandırılır (erkek çocuk bebekle oynadığında olumsuz sözler söylenerek cezalandırılması, elinden bebeğin alınması gibi). Vatandaş'a göre "İki durumda da çocuk cinsiyet damgalı oyuncakları seçmeyi öğrenir" (Vatandaş, 2007: 34). İkincisinde, çocuk taklit ederek öğrenir. Bu yaklaşım, çocuklarda başka insanları taklit etme eğilimi olduğunu ve bu taklidin tesadüfen gerçekleşmediğini öne sürer. İddiaları odur ki çocuk güçlü olanı zayıftan, önemli olanı önemsizden çok taklit eder. Toplumsal öğrenme kuramı ayrıca çocuğun hemcinsi olan ebeveyni model aldığı ancak başka insanları da model alarak taklit edebileceğini ileri sürer (Vatandaş, 2007).

Bilişsel kuramda ise cinsiyet rolleri, çocuklar belli bir gelişim düzeyine ulaştığında anlayış ve değerlendirme sonucu gerçekleşir. Çocuk, öncelikle kendi cinsel kimliğini, ardından diğerlerininkini öğrenir. Bunu, cinslerine ilişkin kalıplaşmış tutumları öğrenmeleri izler.

Devamında, cinslerine ilişkin kalıplaşmış tutumlara uygun biçimde davranmak mecburiyeti taşıdıklarını algırlarlar. Tüm bu evrelerden sonra, kişi ancak cinsiyet işaretli tavırlar sergileyebilir. Bu yaklaşım, çocuğun sadece cinsiyet işaretli davranmayı değil, eş zamanda, cinsiyet rolü önyargılarını da öğrendiğini öne sürer. Pek çok kuramcı ise cinsiyet rollerinin ayrımının temelini, iş bölümü sürecinin başlamasına dayandırır (Vatandaş, 2007).

Cinsiyet rollerinin ve klişelerinin tehlikeli yanları hakkında Doiron “*Pembe ve Mavi Battaniyeler: Çocukları Cinsiyet Stereotiplerine Yönlendirmeli miyiz?* (Blue And Pink Blankets: Should We Encourage Gender Stereotypes in Children?)” adlı makalesinde şöyle der:

Cinsiyet klişeleri, fark etmesek bile neredeyse her gün maruz kaldığımız bir şeydir. Oyuncak koridorunda yürürken, pembe ve mor, mavi ve yeşil, prensesler ve süper kahramanların bombardımanı görülür. Bunlar çocuklara hitap etmek için pazarlanan ürünlerdir ve cinsiyetleri vardır. E, ne var bunda, diye sorabilirsiniz. Kızlar genellikle prenseslerden hoşlanır ve erkekler filmlerde gördükleri kahramanlar gibi olmayı arzular. Kendi başlarına bu tercihler zararsızdır; idealler, normlar, önyargılar ve toplumsal değerleri cinsiyete bağlamaya başladığımızda tehlikeler ortaya çıkar. Cinsiyet kavramları, çocukların kendilerini sosyal varlıklar olarak anlamaları için çok önemlidir ve benlik saygısı ve potansiyel kariyer başarısı gibi birçok gelişim alanını etkileyebilir (Doiron, 2016: 1).

Doiron ayrıca, cinsiyet ayrımının, çocukların cinsiyetler arasındaki farklılıkları tanıyıp anlayarak aynı cinsiyetten başkalarıyla arkadaş olmaya başladıkları yaklaşık üç yaşında kurulduğu bilişselci yaklaşımı destekler (Doiron, 2016). Lilienfeld ise çocukların ebeveynleri tarafından kalıplaşmış cinsiyete dayalı tavırlar sergilemeye itildiği/teşvik edildiği görüşüne katılır. Bu bağlamda erkek çocuklar bağımsız ve iddialı olmaya teşvik edilirken kızlarda bağımlılık ve bakım davranışları pekiştirilmektedir (Lilienfeld, 2009). Bu tür sosyal beklentiler, çocukların potansiyel büyüme ve gelişmeyi sınırlayabilen cinsiyetçi davranışlarla olumsuz ilişkileri içselleştirmesine yol açabilir (Doiron, 2016). Araştırmalar, çocukların yaşadıkları erken yaştaki cinsiyet yanlılığının yetişkin gelişimlerine ağırlık taşıyabileceğini göstermektedir (Aina ve Cameron, 2011).

Erken cinsiyet rolü önyargısından etkilenen bazı alanlar şunlardır: Eğitime erişimde eşitlik, karşı cinse “atanmış” konulara ilgi kaybı ve bunun yanı sıra kişiler arası ilişkilerin gelişimine ilişkin tutum ve inançlar (kadınlarda ihtiyaç ve bağımlılık, erkeklerde saldırganlık ve atılgnlık) (Doiron, 2016). Bu stereotiplerin sonuçları arasında çocuklar tarafından benimsenen “Dört yaşından küçük kızlar, kadınların çalışmasının erkeklerinki kadar değerli veya arzu edilmediği inancını içselleştirir” gibi inançlar da vardır (Aina ve Cameron, 2011: 1). Ayrıca Doiron’a göre çocuklarda olumlu bir öz değer duygusu geliştirmenin önemi, davranışı teşvik etmenin ve

özsaygıyı artırmanın bir yolu olsa da cinsiyete özgü övgülerden kaçınmaya özen gösterilmelidir (Doiron, 2016).

Postmodern Feminizm ve İkili Karşıtlıklar

Pembe ve mavi ikili karşıtlığının birebir ilişkili olduğu toplumsal cinsiyet ve cinsiyet rolleri kavramlarının yanısıra, bu kavramları besleyen ikili karşıtlıklardan, ikili karşıtlıklara karşı konumlanan postyapısalcılık ve postmodern feminizmden de söz etmek faydalı olacaktır. Postmodern feminizm temel olarak Aydınlanma felsefesinin dayandığı düalist yapıya karşıdır.

Modern dönemin düşünürlerinden biri olan Schopenhauer (19. yy), hayvan ve insan arasındaki en büyük farkın, aklın kavramsal işleyişi olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda akıl anlama yetisi sayesinde kavradığı nesnel bağlantıları ele alır ve düşünce için anlamlı hale getirir (Cevizci, 2015). Bu işleyiş insanda dile yansıdığına, kavramlaştırma, duygu ve düşüncelerin dilde ifadesine ve ifadenin zihinde yer bulmasına olanak sağlar. Dilsel adlandırma diyebileceğimiz bu süreç, bir olayı, şeyi ya da düşünceyi dile tikel getirmedir. Bu bağlamda kavramlar birbiriyle bağlantılı ancak yine de tikedir (Kula, 2012). Böylece bir kavram belleğimizde bir gönderge noktasına işaret ettiğinde bu kavram ile ilgili düşünebilir ya da konuşabiliriz. İkili karşıtlıklar bu noktada karşımıza çıkar, kavramsal karşıtlık yani zıtlık belirginleşir. Zihin, kavramları kategorilere ayırırken karşıtı ile bilir ve bu nedenle kavramların büyük bir çoğunluğu karşıtı ile tanımlanır. İkili karşıtlıkların en temel olanının varlık ve yokluk ikili karşıtlığı olduğudüşünülür. Bu bağlamda, iki karşıt kavramın birinde var olan ancak diğerinde var olmayan özellikleri üzerinde durulur (Arıkan, 2018). Her şeyin ancak kendi karşıtıyla var olabileceğine gizli olarak yok oluş olasılığını da içerdiği öne sürülür (Kula, 2012). Bu noktada, karşıtlıkta bir kavramın sadece var olmayı üzerinden tanımlanması değildir mesele, karşıtı kavramın zıttı olması gerekliliğidir. İkili karşıtlıktaki bir kavram, karşıtı ile var olur ya da yok olur. Birinin varlığı ötekini fesheder.

Aydınlanmacı paradigma, akıl ve duygu arasında kurduğu ikili yaklaşımla kadını duygu ile erkeği akıl ile özdeşleştirerek 19. yy'da kadınların eşit oy hakkı talepleri reddeder. (Yılmaz ve Kara, 2010).

Yapısalcılığın öncüsü Saussure, dil teorisinde anlamın karşıtlıklar üzerine kurulduğunu, olumlu bir anlamın ancak karşıtının olumsuz hale getirilmesiyle mümkün kılındığını söyler. Hegemonik ataerkil söylemin erkek kategorisini yaratması ve bunun karşısına olumsuz olarak kadını koyması gibi. Erkeklik ve kadınlık kimliğinin anlam kazanması, bu kimliklere cinsel ve bedensel farklılıklardan bağımsız bazı özellikler yüklenerek gerçekleştirilir. Akıl/duygu, kamusal alan/özel alan, güçlülük/zayıflık vb... (Scott, 2003). Bu kategorilerle alakası olmayan zıt ve biri diğerine baskın kabul edilen özellikler belirginleştikçe kadınlık ve erkeklik kümeleri son anlamını

kazanır. Sonuçta kadın ve erkek arasındaki güç eşitsizliğini kuran, bu kategorilere yüklenen anlamlardır. Cinsiyet, temsiliyetlerle ilişkili hale getirilir ve devamında toplumsal yapıda cinsiyet rolleri bu ikili karşıtlıklara göre organize edilir.

Postmodern ve postyapısalcı bir yaklaşım olan yapıbozum, Batı felsefesinin akıl/doğa, erkek/kadın gibi ikili karşıtlıklarla kurulduğunu öne sürer (Selvi, 2005). Derrida, ilkinin ikincisine üstün konumlandırmak suretiyle “öteki”sini yaratan bu karşıtlıkların kökeninde sözmerkezcilik ve fallus mantığı merkeziliği benzeri düşünüş ikilikleri yattığını söyler. “Varlık-yokluk”, “fenomen-numen”, “gerçeklik-görünüş”, “erkek-kadın” gibi ikili karşıtlıklara dayalı, Batı metafizik geleneği Derrida açısından tarafsız olmaktan ziyade söz konusu karşıtlıklardan ilk terimin üstünlüğüne dayanan hiyerarşik bir özelliğindedir (Küçükalp, 2008).

Postmodern feminizm de bu görüşü benimseyerek Batı düşüncesinin bir dizi cinsiyetçi ikili karşıtlık üzerine şekillendiğinden söz eder. Bu bağlamda, erkek-kadın ikili karşıtlığı, Batı düşüncesinin temelinde yatan kültür/doğa, akıl/beden, özne/nesne, rasyonel/duygusal gibi diğer tüm ikili karşıtlıkların habercisi kabul edilir (Alaimo ve Hekman 2008). Postmodern felsefe ve üçüncü dalga feminizm ikiliklerde kesişir. Bu kesişimin altında yatan temel neden modern epistemolojinin rasyonel/irrasyonel, kültür/doğa, özne/nesne ikiliklerinin sorgulanmasıdır. Rasyonel-irrasyonel ikiliği, bu noktada önemlidir. Hümanist felsefede özne olan erildir ve dışıl olan akıl alanından dışlanmışır (Hekman, 2016). Hümanist felsefi yaklaşımda insan kavramıyla kastedilen, örtük bir biçimde erkektir. Bu bağlamda, feminist hareket klasik felsefe ile gerilimli bir ilişkidir (Direk, 2013).

Postyapısalcılık ve postmodern feminizmde ikili karşıtlıkların bir çeşit hiyerarşiye yol açtığı düşünülür. Bu mekanizma, gösteren/sözcük ve gösterilen/kavram ile özetlenebilecek yapısalcı gösterge sistemi üzerine kuruludur İkili karşıtlıklar içerisinde kadın, doğayı temsil ederken erkek ise kültürü oluşturan ise erkek aklıdır. Kadın, akıl kategorisinden dışlandığı için doğaya yönelir. Doğa kategorisi hem insan dışı varlıkların hem de bazı insan gruplarını ve onların doğal kabul edilmesi gereken birtakım özelliklerini dışlama ve denetleme alanı olarak ortaya çıkar.

Postmodern feminizm bilgi ve iktidarın bütünsel olarak ilişkili olduğunu vurgulayarak kadınların ataerkil anlam düzenine göre "öteki" olarak tanımlanarak sistematik bir biçimde marjinalleştirildiğini iddia eder. Cixous ve Clement (1986) kadınların aynı kurallarla, adlarla, birinin diğerini tanımladığı ve atadığı hiyerarşik olarak düzenlenmiş bir ilişkide öteki olduğunun altını çizer. Postmodern düşünce, neyin doğru neyin yanlış olduğunu belirlemek için kullanılan kriterlerin evrensel ve nesnel olmadığını, daha ziyade modern Batı söylemlerinin yapılarına içkin olduğunu ileri sürer. Postmodern feministler bu söylemlerin hem androsantrik hem de Avrupa

merkezli (Jaggar 1983, Spivak 1990, Mohanty vd. 1991) olduğuna işaret eder. Postmodern teori, Batı felsefi geleneğinde hem aklın hem de muhakeme konusunun konumuna meydan okur. Batı felsefesinde ağırlıklı olarak soyut bireysel akıl yürütme konusunun örtük olarak erkek olduğu ima edilir.

Postmodern feministler, eril dil düzeni olarak gördükleri şeyden kaçmaya veya onları dönüştürmeye (Kristeva 1986, Irigaray 1985, Braidotti 1991) çalışmışlardır. Bu bağlamda felsefeden kadını dışlayan tek sesli Batı metafizik geleneğine karşı üçüncü bir feminist okuma tarzı geliştirirler. 1980'lerde feminist düşünce içinde cinsiyet farklılığı sorusunun radikalleşmesi ve cinsiyet ile toplumsal cinsiyet ayrımının dogmatik bir veri olarak kabul edilmesinin sorgulanmasıyla ortaya çıkan bu yeni okuma pratiği, Üçüncü Feminist Yorumsal Strateji olarak anılır. Bu okuma hem psikanalizle hem de Derrida'nın, metinsel ve tarihsel anlam kapanmışlığını bir önvarsayım olarak kabul eden özel bir çifte okuma pratiği olarak tanımlanabilecek "yapısökümcü" okumasıyla ilişkilidir (Direk, 2013). Bu okuma pratiğinin amacı, metinden dışlanan sesleri metnin içine dâhil etmek ve felsefe evreninde yersiz yurtsuz bırakılan dişil seslere yaşam olanağı tanımaktır. Derridacı dekonstrüktif okumada metnin içindeki iddiaların kendilerine karşı nasıl dönebildiğini göstererek, anlamın imkânsızlığını kanıtlama çabası vardır (Küçükalp, 2008). Çünkü dekonstrüktif okuma pratiği açısından anlam, gösterenler arasındaki oyunun bir sonucu olarak değişik bağlamlarda ve farklı biçimlerde geçici olarak oluşan ve sürekli olarak geleceğe ertelenen bir özellik arz eder.

Joan W Scott'a göre bazı feminist anlatılarda, kadın ve erkek tüm özellikleriyle birbirinden ayrıştırılmış, iki ayrı kategori yaratılmış ve bunlar birbirinin karşıtı olarak teorileştirilmiştir. Bu ikilikler oluşturulurken, kadın ve erkek tarih dışı homojen, sosyal ve kültürel bağlamdan ayrı kurmaca bir birlik yaratılmış, bu iki unsur birbirinin karşıtı olarak kodlanmıştır. Dolayısıyla bu ikilik özcülük içermektedir (Scott, 2002).

Bu kadın-erkek kurmaca süreci evrenselcidir çünkü içindeki tüm bireyleri teoride aynılaştırır. Fraser ve Nicholson (1990) bu bağlamda teorisyenin çağını, toplumunu, kültürünü, sınıfını, cinsel yönelimini, etnik ya da ırksal grubunu hatalı bir biçimde evrenselleştirdiğini belirtir. Batılı radikal feministlerin kadının durumundan söz ederken aslında Batılı, beyaz, orta sınıf kadından söz etmesi, siyahları, lezbiyenleri, biseksüelleri, göçmenleri söylemin dışında bırakması, farklı kadınlık deneyimlerini yok sayması, buna örnek olarak gösterilebilir. Onlara farklı kadınlık deneyimlerine sahip kadınlar ve feministler tarafından yöneltilen en büyük eleştiri de kendi kadınlık deneyimlerini genelleyerek evrenselmiş gibi sunmalarıdır (Mohanty, 2003).

1970’li yıllarda Hélele Cixous, Julia Kristeva ve Luce Irigaray gibi ibi gpostmodern feministler, 21. yüzyıla uzanan feminist felsefeyi büyük ölçüde etkiler. Simone de Beauvoir, Jacques Derrida ve Jacques Lacan’ın çalışmalarından yoğun biçimde etkilenen postmodern feminizm, kadın deneyiminin çokluğuna vurgu yaparak kadını, kadınları ve kadınsılığı tanımlamaya karşı çıkar (McHugh, 2007). Postmodernizm, akla ve akıl yetisiyle donanmış, sahip olduğu bilme yetisiyle gerek toplumu gerekse doğayı bilmeye ve denetim altına almaya muktedir bireye sonsuz bir güven duyarak bu rasyonel bireyi evrenin merkezine yerleştiren Aydınlanma düşüncesiyle hesaplaşırken, postmodern feminizm yine modernizmin ailenin, toplumun, devletin ve tarihin kurucusu, yöneticisi ve sahibi olarak erkeği temele alan düşünme tarzıyla hesaplaşır.

“Mavi ve Pembe”nin Kısa Tarihi

Toplumsal cinsiyetten, cinsiyet rollerinden, bu rolleri besleyen ve belirginleştiren Aydınlanmacı ikili karşıtlıklardan, bu ikilikler karşısında postyapısalcılık ve postmodern feminizmin sergilediği karşıt duruş incelendikten sonrakadın ve erkek arasındaki en belirgin ikili karşıtlıklardan birisi olan pembe ve mavi renklerin kadınlık ve erkeklikle ilişkilendirilme süreçlerinin tarih içerisinde nasıl şekil değiştirdiğinden söz edebiliriz.

Eldeki bilgilere göre, pembe ve mavinin tarih sahnesine bebek kıyafetleri olarak girişi 19. yy’ın ikinci yarısıdır. Ancak Birinci Dünya Savaşı sonrasına kadar pembe ve mavi cinsiyet stereotipleri olarak pazarlanmamıştır (Paoletti, 2012). Bu tarihten önce, kız çocukları için de erkek çocukları için de beyaz (gender-neutral) cinsiyetsiz bir renk olarak tercih edilmekteydi. Eski Amerika Başkanı Franklin Roosevelt’in 1884’te iki buçuk yaşındayken çekilmiş bir fotoğrafı incelendiğinde, saçlarının uzun olduğu, üzerinde beyaz bir elbisenin bulunduğu yani cinsiyetini ayırt edebilecek herhangi bir stereotip sembolüyle donatılmadığı görülür (Paoletti, 2012).

Maryland Üniversitesi Profesörü Jo B. Paoletti’nin (2012) *Pink and Blue: Telling the Girls From the Boys in America* adlı kitabında aktardığına göre, o dönemde erkekler altı yedi yaşlarına kadar elbise giyer, yine ilk saç kesimlerini bu yaştan sonra olurlardı. Frassanito ve Pettorini’ye göre de cinsiyete renk atamak çoğunlukla yirminci yüzyıl özelliğidir. Bunun en sık Batı Avrupa ve Amerika ile sınırlı bir uygulama olduğunu belirtirler (Frassanito ve Pettorini, 2008). Buradan anlaşılacağı üzere 20. yy’a kadar renk olarak kodlanan cinsiyet stereotipleri bu kadar belirgin değildir.

Renk kodlu cinsiyet farklılıkları, yani kızlar için pembe, erkekler için mavi rengin uygunluğu konusundaki inanış incelendiğinde, önceleri günümüzdeki anlayışın tersine, erkekler için pembe, kızlar için mavi renk uygun görülmekteydi.(Paoletti, 1997). Ancak pembe ve mavinin

cinsiyet rolleri bakımından bu yer değiştirmesi, yirminci yüzyılın başlarında bile ilginç bir biçimde geleneksel olarak “normal”miş gibi kabul edilir (Frassanito ve Pettorini, 2008).

40 yıldır çocuk giysilerinin anlamları üzerine çalışan Paoletti, bu ayrılığın nereden çıktığı ve cinsiyetsiz beyaz çocuk giysilerine ne olduğu, pembe ve mavi renklerinin nasıl cinsiyetli hale geldiği konusunda verdiği bir röportajda şu açıklamada bulunmuştur: “Bir zamanlar bir pratiklik meselesi olan şey -bebeğinize beyaz elbiseler ve bebek bezleri giydirirsiniz çünkü beyaz pamuk çamaşır suyuyla temizlenebilir- 'Aman Tanrım, bebeğimi yanlış giydirirsem sapık büyür' meselesi haline geldi” (Maglaty, 2011). Cinsiyete özgü kıyafetlere doğru ilerleme ne doğrusal ne de hızlıdır. Pembe ve mavi, diğer pastellerle birlikte 19. yüzyılın ortalarında bebekler için cinsiyet ayırt edici renk haline gelir ancak yine de bu iki renk Birinci Dünya Savaşı'nın hemen öncesine kadar cinsiyet stereotiplerini sergiler durumda değildir. O tarihten sonra bile popüler kültürün işleri çözmesi zaman alır (Paoletti, 2012: 75).

Pembe ve mavinin ne zaman moda cinsiyet rollerini tanımlamak için girdiği tartışmasına, 1868'de yayınlanan “Küçük Kadınlar” romanından bir pasaj da katkı sunar. Pasajda: “Amy, Meg'in ikizleri Daisy ve Demi'ye bir pembe fiyonk ve bir mavi fiyonk takıyor; böylece insanlar kız ve oğlan arasındaki farkı bilecek" şeklinde renkler cinsiyetlendirilmektedir (Paoletti, 2012: 87). Kitapta bunun *Fransız tarzında* yapıldığı söylenir, bu da Fransa'da pembe ve mavinin zaten cinsiyete özgü (gender specific) renkler olduğunu düşündürür (Frassanito ve Pettorini, 2008). Ancak bu uygulamanın her zaman yaygın olmadığına veya Avrupa'nın büyük bölümünde her zaman uygulanmadığına dair kanıtlar da vardır. Chiu ve arkadaşları da cinsiyet rolleri ve stereotipler üzerine yaptıkları bir çalışmada Paoletti'nin görüşüne katılarak, 19. yy'da ebeveynlerin bebeklere beyaz elbiseler giydirdiğini, renk ve elbiselerin kız ve erkek çocukları ayırt etmek için kullanılmadığını öne sürerler (Chiu, Gervan, Fairbrother, vd., 2006).

Frassanito ve Pettorini başlangıçta pembenin erkek, mavinin kız rengi olarak cinsiyetlere ayrılması konusunda şöyle bir teori ortaya atar:

Bir noktada pembe, şiddetli bir renk olan sulandırılmış, cesur, dramatik bir kırmızı olarak daha çok bir erkek çocuğun rengi olarak kabul edildi. Bunun yerine, mavi kızlar için daha fazla kabul gördü. Muhtemelen bu seçim mavinin, özellikle koyu mavinin, Hristiyan Avrupa'daki Bakire Meryem ile ilişkilendirilmesi gerçeğinden etkilenmiştir. Aslında, ressamlar, en kutsal kadınsı simge olarak kabul edilen şeyi tasvir etmek için genellikle lapis lazuli'yi boyalara karıştırdılar (Frassanito ve Pettorini, 2008: 881).

Pembe ve mavi renklerin cinsiyetlerine ilişkin 20. yy. başlarında Ladies Home Journal'ın Haziran 1918 tarihli sayısında şunlar vurgulanır: “Konu hakkında çok çeşitli görüşler var; ancak

genel olarak kabul edilen kural erkek için pembe ve kız için mavidir. Bunun nedeni, pembenin daha kararlı ve daha güçlü bir renk olması erkek için daha uygunken, daha narin ve zarif olan mavinin kız için daha güzel olmasıdır” (Paoletti, 2012: 96). Bazı başka kaynaklarda ise mavinin sarışınlar, pembenin esmerler; mavinin mavi gözlü, pembenin kahverengi gözlü bebekler için uygun olduğu belirtilmektedir (Paoletti, 2012: 97). Benzer ifadelere farklı kaynaklarda da rastlanır. Bir Amerikan gazetesi olan Sunday Sentinel, 2 Mart 1914'te yayınlanan nüshasında annelere şu tavsiyede bulunmaktadır: “Küçüklerin giysilerindeki renkli notaları beğendiyseniz, geleneklere bağlıysanız, oğlan için pembe, kız için mavi kullanın” (Frassanito ve Pettorini, 2008: 881).

1927'de Time dergisi, önde gelen ABD mağazalarına göre kızlar ve erkekler için cinsiyete uygun renkleri gösteren bir tablo yayınlamıştır. Boston'da, Filene ebeveynlere çocuklarına pembe giydirmelerini söyler. New York City'deki Best & Co., Cleveland'daki Halle's ve Chicago'daki Marshall Field firmaları da bu kuralı uygular. Üreticiler ve perakendeciler tarafından yorumlandığı şekliyle Amerikalıların tercihlerinin bir sonucu olarak, bugünün renk diktesi 1940'lara kadar kurulmamıştır. Ancak yine de çocukları cinsiyetleri üzerinden giydirme sistemine geçilmiştir. Erkek çocukları babaları, kız çocukları anneleri gibi giydirilir ve kız çocukları okulda elbise giymek zorundadır (Paoletti, 2012).

Bugünkü kız çocukları için pembe, erkek çocukları için mavi algısı, 1950'lere kadar üniforma haline gelmemiştir (Paoletti ve Kregloh, 1989). Bu noktada Nazi Almanyası'nın pembenin kadınlıkla ilişkilendirilmesiyle bir ilgisi varmış gibi görünmektedir. Almanya ve komşu ülkelerdeki Katolik gelenekler, mavinin Meryem Ana ile güçlü ilişkisi nedeniyle mevcut renk kodlamasını tersine çevirir. Naziler toplama kamplarındaki eşcinselleri tanımlamak için pembe bir üçgen kullanır. Nazilerin bu noktadaki pembe seçimi, 1930'larda bunun Almanya'da kızlarla ilişkilendirilen bir renk olduğunu göstermektedir (Frassanito ve Pettorini, 2008).

Bunun üzerine Dress Maker Magazine şöyle bir açıklamada bulunur: “Genç erkekleri giydirmek için tercih edilen renk pembeydi! Mavi, kızlar için düşünülmüştü çünkü iki renk arasında daha soluk, daha zarifti ve pembenin daha güçlü (kırmızıya benzer) olduğu düşünülüyordu. İkinci Dünya Savaşı'na kadar durum bu şekilde devam etmişti. İkinci Dünya Savaşından sonra renkler tersine çevrilmiş ve pembe kızlar için, mavi erkekler için kullanılmıştır” (Frassanito ve Pettorini, 2008: 882). İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra mavi genellikle erkek üniformalarında kullanılmaya başlanmış. bu nedenle, mavi daha çok erkeksilikle ilişkilendirilerek 1940'lardan itibaren pembe kadın rengi olarak öne çıkmaya başlamıştır. “*Pembe düşün*”, kadınları kadınlıklarını kucaklamaya ikna eden pazarlama sloganıdır (Frassanito ve Pettorini, 2008).

1950'lerde sadece giysilerde değil, ev eşyalarında, mobilyalarda da bir sanal renk patlaması görülür. Özellikle cinsiyeti belirtmek için çocukları pembe ve mavi giydirmek, yükselen orta ve üst sınıfa atfedilir. Başka bir deyişle, bebek ilk doğduğunda biraz aseksüel görüldüğünden, cinsiyet atamasını yapmaya maddi olarak gücü yeten ebeveynler bunu yapabilmektedir (Frassanito ve Pettorini, 2008). Dolayısıyla pembe ve mavi geleneğinin oldukça yeni bir ikilik olarak sosyal olarak yeni üretilmiş bir cinsel stereotip olduğunu ve daha çok Batı dünyasına ait bir ikilik olduğunu iddia etmek mümkündür.

“Pembe ve Mavi”nin Güncel Cinsiyet Stereotiplerine Dönüşümü

1960'ların ortalarında kadın kurtuluş hareketi (women's liberation movement), anti-kadını ve anti-moda mesajıyla ortaya çıkar. Bu dönemde unisex yani cinsiyetsiz görünüm yükselişe geçer. Artık, genç kadınlar feminen olmayan erkeksi tarzda giyinmekte ve bu giyim tarzı cinsiyetçi ipuçlarını içermemektedir. O kadar ki 1970'lerde Sears ve Roebuck kataloğunda iki yıl süreyle hiç pembe çocuk kıyafeti görülmez (Paoletti, 2012). Paoletti (2012) bunu o dönemki feministlerin kadınların, giyim yoluyla itaatkâr rollere çekildiğini düşünmesine bağlar. O dönemki feministlerin, kızlarımızı firfırlı küçük kızlar gibi giydirmek yerine, daha çok erkek çocukları gibi giydirirsek daha çok opsiyona sahip olacak ve aktif olmak açısından daha özgür olacaklardır diye düşündüklerini iddia eder.

Cinsel kimlik araştırmacısı John Money, cinsiyetin öncelikle sosyal ve çevresel ipuçları yoluyla öğrenildiğini savunur. Paoletti (2012), bu bakış açısının, 70'lerdeki beslemek doğa değildir (nurture not nature) tartışmasının itici güçlerinden biri olduğunu savunur. 60'lı ve 70'li yıllarda cinsiyetle ilişkili önyargıları ortadan kaldırmaya çalışan feministlere ve destekçileri olan kadınlara rağmen, 80'li yıllarda durum zorlaşır: 1985 yılına gelindiğinde pembe ve mavi artık sadece giysilerle değil, bebek bezleri ve oyuncaklar da dahil, her şeye sirayet etmiştir. Paoletti (2012) bunu bu dönemde doğum öncesi cinsiyet tespit eden testlerin yaygınlaşmasına bağlar. Doğmamış bebeklerinin cinsiyetlerini öğrenen aileler kız ya da erkek çocuklar için alışveriş yapmaya başlar. Ayrıca giysileri kişiselleştirmek, satışını arttırmaktadır. Ekonomik açıdan güçlü olan ebeveynler, ilk çocukları kız ise onun için makul bir şekilde hemen her şeyiyle bir oda tasarlayabilir, ardından ikinci çocukları erkek olduğunda bu prosedürü tekrar onun için yenileyebilir.

80'lerden sonra cinsiyetçi stereotiplere göre çocukların ayrıştırılmasının bir diğer nedeni ise baby boomer'lar tarafından büyütülen ve uzun saçlardan, Barbie bebeklerden yoksun olarak büyüyen genç annelerin bir kısmının, kendi kızları için cinsiyetsiz görünümü reddetmeleri olarak görülmektedir (Paoletti, 2012). Paoletti, “Hala feminist olsalar bile, bu şeyleri baby boomer

feministlerin yaptığından farklı bir ışık altında algılıyorlar. Kızlarının cerrah olmasını isteseler bile, çok kadınsı bir cerrahın yanlış bir şey olmadığını düşünüyorlar” (Maglaty, 2011).

Paoletti (2012), son yıllarda, çocukların tüketim alışkanlıklarının artmasının da bu cinsiyet stereotiplerini bir biçimde beslediğini öne sürer. Üç ile dört yaşları arasında cinsiyetinin ayırdına varan çocuklar, altı yedi yaşlarına kadar bunun kalıcı olduğunun farkına varmazlar. Aynı zamanda sosyal sözleşmeleri güçlendirme eğiliminde olan karmaşık ve yaygın reklamların öznelidirler. Ayrıca çocuklar çok ilgili ve hoşlandıkları ya da hoşlanmadıkları şeylerde son derece kararlıdır. Dolayısıyla cinsiyet rollerine göre özendirildikleri şeyleri tüketmeye eğilim gösterirler.

Sonuç

Renklerin cinsiyetlendirilme tarihi oldukça yeni olmasına karşın karmaşık bir görünüme sahiptir. Yakın bir tarihe kadar hem kız hem de erkek çocukları için cinsiyetsiz renkler ve giysiler seçilmekte, bilişsel yaklaşımın belirttiği üzere çocuk 6-7 yaşlarına gelip cinsiyet rollerini algılayacak seviyeye eriştiğinde, cinsiyet stereotipine göre giydirilmekteydi. Sanayi Devrimi sonrası yaşanan kırılmayla kız çocukları ve erkek çocuklarına farklı renkler atfetmek kısa süre içinde hız kazanmıştır. Aydınlanmacı geleneğe var olan ikili karşıtlıklar renklerin cinsiyetlendirilmesine kadar uzanarak pembe ve mavi renklerin cinsiyetlenmesinde kendini göstermiştir. Postmodern feminizmin ve postyapısalcılığın erkek-kadın ikiliğinin masumane bir ikilik olmadığı, Derrida'nın öne sürdüğü gibi, ilkinin ikincisine her zaman daha üstün kabul edildiği bir ikili karşıtlık olduğu iddiasını destekler şekilde, önceleri güçlü renk olduğu ve az kırmızı olduğu düşünülen pembe, gücü sembolize ettiği için erkeklere ve erkek çocuklarına atfedilmiş, karşısında kırılğan ve narin bir renk olan bekareti simgeleyen mavi kız çocukları ve kadınlara uygun görülmüştür.

İkili karşıtlık olarak pembe-mavi rengin cinsiyetlendirilmesi sürecinde Nazi Almanyası ve çevresindeki Katolik ülkeler tarafından, Bakire Meryem'i sembolize eden kutsal renk, kız çocukları ve kadınlardan alınarak erkek çocukları ve yetişkin erkeklere mal edilmiştir. Bu durum kısa bir sürede o kadar başarılı bir şekilde yönetilmiştir ki zaten hep öyleymiş, gelenekmiş hissi yaratan, bir *norma* dönüşmüştür. Kadını ikincil konuma iten bu ikilik inşalarına, sosyal hayattan eğitime toplumun her seviyesinde, özellikle söylem ve dil aracılığı ile rastlamak mümkündür. Yukarıda belirtilen dergi örneklerinden de görüleceği üzere, bu ikili karşıtlıkların sosyal inşası zaten dil ve söylem üzerinden yapılmaktadır ki bu da postyapısalcılığın ve postmodern feminizmin temel mücadele alanıdır.

1960'lı yıllarda feminizmin güç kazanarak ön plana çıkışıyla, öncelikle liberal feminizmin dayanaklarından olan cinsiyet eşitliği kavramına yaslanılmış ancak yine postmodern feminizmin liberal feminizme ve kendinden önceki feminizmlere yönelttiği en şiddetli eleştirisi olan, ikili karşıtlıkların tuzağına düşme sorunsalı yaşanmıştır. Şöyle ki, kadınlığın ikincil konumu feministler tarafından pembe ve mavi sembolizmde kabul görmüş, kız çocuklarını cinsiyetsiz giydirmeye çalışırken, erkek çocukları gibi giydirmeye, pembe giydirmemeye başlamışlardır. Bu durum ironik bir şekilde, erkeğin kadından üstün olduğu gizli bir kabulüne işaret etmektedir.

Kristeva, Irigaray, Cixous, sonrasında Butler ve benzeri teorisyenlerin de katkısıyla postmodern feminizmin üçüncü dalga olarak ortaya çıkması, cinsiyet eşitliği adına kadınsı olarak kabul edilen pembe rengin eleştirilmesine ve yapıbozuma uğramasına neden olmuştur. Ancak daha sonra Paoletti'nin deyişiyle hala feminist olan kadınlar, mahrum bırakıldıkları kadınsal değerleri kucaklamaya başlamış, uzun saçlar, süslü çocuklar, Barbie bebekler ve pembe yeniden gündeme gelmiştir. Gerçekten de bir cerrahın kadınsı bir cerrah olması postmodern feminizm için bir sorun teşkil etmez. Çünkü postmodern feminizm kadınlık değerlerini reddetmek yerine onları kucaklar; tam tersi birden fazla kadınlık olduğuna, her kadınlığın sorunlarının birbirinden farklı olduğuna, kadın-erkek Pkurmaca ikiliğinin özcülüğünün ve bu özcülüğün evrenselleştirici yaklaşımının yanlışlığına vurgu yapar. Dolayısıyla pembenin yeniden bir kadın rengi olarak sahneye çıkışını belli bir ölçüde postmodern feminizme mal etmekte Paoletti büyük bir hataya düşmez. Ancak bu noktada 80'lerden sonra aynı zamanda teknoloji çağına geçişle dünyanın giderek daha da globalleşmesi ve en küçük moda eğilimin bile kitle iletişim araçlarıyla büyük bir hızla yayılmaya başlaması gerçeğini gözden kaçırmamak gerekir. Nitekim Paoletti'nin değindiği, çocukların tüketici olarak moda sektöründe ve diğer satış alanlarında yerini alması, kararlarında ısrarcı olması da bu durumun bir yansımasıdır. Ancak Doiron'un belirttiği gibi, erken yaşta cinsiyet stereotipleri ile yüklenen çocukların, bu safhadan sonra bu stereotipler bağlamında davranmaya sürekli teşvik edilmesi ve bunları kendi kararları zannetme hatalarına da düşebilecek olması unutulmaması gereken bir noktadır.

Bu çalışmada pembe ve mavi ikiliği üzerinden, postmodern feminizmin ve postyapısalcılığın karşı çıktığı Aydınlanmacı paradigma eşliğinde üretilen ikili karşıtlıklar ve ikiliklerin sosyal inşalar olduğu tekrar dile getirilmiştir. Sosyal inşa ürünü olan bu ikili karşıtlıklar her dönemde ve sosyal bağlamda, coğrafyada ve çevrede çeşitlilik gösterebileceği halde, bir şekilde kapitalizmin teşvik ettiği kültür emperyalizmiyle yayılmakta ve sanki *hep öyleymiş* hissi yaratmaktadır. Mavi ve pembenin renklerinin erkekleri ve kadınları tarihin farklı dönemlerinde, farklı şekillerde sembolize etmesi noktasından hareketle cinsiyet rollerine ilişkin stereotiplerin de

değişmez sosyal gerçeklikler değil, postmodern feministlerin iddia ettiği üzere her an değişebilecek kurmacalar oldukları iddia edilebilir.

Türkiye’de cinsiyet stereotipleri olarak mavi ve pembe ile ilgili akademik bir çalışmaya ulaşamadığı için Türkiye’de bu renk ikiliğinin ne zaman ne şekilde ortaya çıktığına dair bir iddiada bulunmak güçtür ve bu bağlamda literatür eksikliği yaşanmaktadır. Bu nedenle bu çalışma Avrupa ve Amerika kaynaklı literatüre dayalı olarak hazırlanmıştır. Ancak pembe ve mavinin bir ikili karşıtlık olarak kız ve erkekler için kullanılması kültürel kapitalizmle beraber bu tip eğilimlerin dünyayı dolaşmalarının oldukça hız kazanmaya başladığı 1950’ler sonrasında popülerlik kazandığı düşünüldüğünde televizyon, filmler, dergiler ve kitaplar gibi kitle iletişim araçları yoluyla bu ikiliğin dünyanın pek çok ülkesine hızla yayılabileceği sonucuna ulaşmak mümkündür. Dolayısıyla Türkiye’de de söz konusu renklere ilişkin cinsiyetçi eğilimlerin aynı dönemlerde benzer pazarlama stratejileriyle topluma iletilmiş olması olasıdır.

Kaynakça

- Aina, O. E. ve Cameron, P. A. (2011). Why Does Gender Matter? Counteracting Stereotypes With Young Children. *Dimensions of Early Childhood*, 39(3), 11-19. Erişim Tarihi: Mayıs 2021. https://www.eccnetwork.net/sites/default/files/media/file/Why_Does_Gender_Matter_Counteracting_Stereotypes_With_Young_Children_Olaiya_E_Aina_and_Petronella_A_Cameron.pdf.
- Alaimo, S. ve Hekman, S. (2008). *Introduction: Emerging Models of Materiality in Feminist Theory, Material Feminists*. Bloomington: Indiana University Press.
- Arıkan, S. (2018). Türkçede İkili Karşıtlık Kavramları Olarak ‘Erdem ve Kusur’. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 7(1), 592-606.
- Bilgin, N. (1994). *Kimlik Sorunu*. İzmir: Ege Yayıncılık.
- Braidotti, R. (1991). *Patterns of Dissonance: A Story of Women in Contemporary Philosophy*. Cambridge: Polity Press.
- Cevizci, A. (2015). *Felsefe Tarihi: Thales’ten Baudrillard’a*. İstanbul: Say Yayınları.
- Chiu, SW. Gervan, S. Fairbrother, C. vd. (2006). Sex-Dimorphic Color Preference In Children With Gender Identity Disorder: A Comparison in Clinical And Community Controls. *Sex Roles*, 55, 385–395.
- Cixous, H. ve Clement, C. (1986). *The Newly Born Woman*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

- Direk, Z. (2013). *Başkalık Deneyimi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Doiron, R. (2015). *Blue and Pink Blankets: Should We Encourage Gender Stereotypes in Children?* Erişim tarihi: Mayıs 2021.
https://www.academia.edu/30057433/Blue_and_Pink_Blankets_Gender_Stereotyping_pdf.
- Evrin, S. (1972). *Şahsiyet Alanında Psikososyolojik Bir Kavram Olarak Rol Sorununa Giriş*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Frassanito, P. ve Pettorini, B. (2008). Pink And Blue: The Color Of Gender. *Childs Nerv Syst*, 24, 881–882.
- Irigaray, L. (1985). *The Speculum of The Other Woman*. Ithaca: Cornell University Press.
- Jaggar, A. M. (1983). *Feminist Politics And Human Nature*. Harvester.
- Kula, O. B. (2012). *Dil Felsefesi Edebiyat Kuramı*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Kremer, W. (2013). Why Did Men Stop Wearing High Heels? *BBC World*. Erişim tarihi: Mayıs 2021. <https://www.bbc.com/news/magazine-21151350>
- Kristeva, J. (1986). *The Kristeva Reader*. Oxford: Blackwell.
- Lilienfeld, S. O. vd. (2009). *Psychology From Inquiry to Understanding (2nd ed.)* Londra: Pearson.
- Maglaty, J. (2011). “When Did Girls Start Wearing Pink?” *smithsonianmag.com*. Erişim Tarihi: Mayıs 2021. <https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/when-did-girls-start-wearing-pink-1370097/>.
- McHugh, N. A. (2007). *Feminist Philosophies A-Z*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Mohanty, C. T. Russo, A. Torres, L. (1991). *The Third World Women And The Politics of Feminism*. Bloomington: Indiana University Press.
- Paoletti, JB., Kregloh, C. (1989). The Children’s Department. *Men And Women: Dressing The Part*. Kidwell, CB. Steele, V (Ed.). Washington, DC: Smithsonian Institution Press.
- Paoletti, JB. (1997). The Gendering Of ‘Infants’ And Toddlers’ Clothing In America. *The Material Culture Of Gender, The Gender Of Material Culture*. Martine, KA. Ames, KL (Ed.) Hanover: University Press of New England.
- Paoletti, J. (2012). *Pink and Blue: Telling the Boys from the Girls in America*. Indiana University Press.
- Plumwood, V. (2008). *Feminizm ve Doğaya Hükmetmek*. Ertür, B (Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

- Savcı, İ. (1999). Toplumsal Cinsiyet ve Teknoloji. *A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 54(1), 123-142.
- Scott, J. W. (2002). Feminist Reverberations. *Differences: A Journal of Feminist Cultural Studies*, 13(3).
- Scott, J. W. (2003). Deconstructing Equality-Versus-Difference: Or the Uses of Poststructuralist Theory for Feminism. *Feminist Theory Reader*. Routledge.
- Selvi, Y. (2014). Feminist Teori ve Sanat Üzerinde Derrida Etkisi: Yapıbozum. *İdil*, 3(11), 79-98.
- Spivak, G. (1990). Ecofeminism: Our Roots And Flowering. *Reweaving The World*. San Francisco: Sierra Club Books 1:14.
- Taborga, C. ve Bearyl, L. (2000). *Cins Bak Sözlüğü*. Kürkçü, E (Çev.). İstanbul: IPS İletişim Vakıf Yayınları.
- Tan, M. (1979). *Kadın: Ekonomik Yaşamı ve Eğitimi*. Ankara: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Vatandaş, C. (2007). Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerinin Algılanışı. *Sosyoloji Konferansları*, 35, 29-56. Erişim tarihi: Mayıs 2021.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusoskon/issue/9517/118909>.
- Yılmaz, S. ve Kara, A. (2010). Postyapısalcı Kuram ve Feminizm İlişkisine Dair Düşünceler: Süre Giden Tartışmalar: Eşitlik-Farklılık İkilemi? Sentezi? *Bü'de Kadın Gündemi*, 19(Güz 2010). Erişim Tarihi: Mayıs 2021 <http://www.bukak.boun.edu.tr/?p=519>.

R. W. Connell'in "Erkeklikleri": Yanıt

R. W. Connell

Çev. Damla Tanal Tatar*

Orijinal Metin: R.W. Connell's "Masculinities": Reply, 1998

Orijinal Metin Alıntısı: Connell, R. W. (1998). R.W. Connell's "Masculinities": Reply. *Gender and Society*, 12(4), 474-477.

1970'lerin başındaki Erkek Kurtuluş hareketinin ilk kıpırdanmaları, erkeklerin ataerkillikteki yeri kadar "eril rol" içerisindeki sorunlara ilişkin de bir tartışma başlattı. Yıllarca, bu tartışma gerçeklerden bağımsız olmasa da gerçeklerden uzak sürdü ki bu erkeklikle ilgili fantastik öykülerin bir açıklama olarak görülebileceği bir durumdu.

1990'ların başında, erkekler ve toplumsal cinsiyet ile ilgili belirli sayıda çalışma birikti. Bu süreçte *Gender & Society*'nin hatırı sayılır bir rolü vardır. *Erkeklikler*'in (*Masculinities*) temel amaçlarından biri (çoğunluğu bilinmeyen) bu araştırmayı belgelemek ve değerlendirmek, tarihsel bir bağlama oturtmak, anlaşılması konusunda kuramsal bir çerçeve sunmak ve politik ve entelektüel sonuçlarını çözümlenmekti. Patricia Yancey Martin ve Judith Lorber, bu çabayı cömert bir biçimde değerlendirmektedirler ve böylesi uzmanların metnin yararlı olduğuna ilişkin düşüncelerinden memnunluk duymaktayım. Aynı zamanda açıkça dile getirdikleri ve önemli olduğunu düşündüğüm eleştirilerini de nezaketle karşılamaktayım. Argümanları geliştirmek amacıyla ve onları çözümlenmek adına, burada bazı temel noktalara kısa cevaplar sunmaktayım (alan kısıtlaması nedeniyle diğer noktalara değinemeyeceğim).

Benim görece daha karmaşık erkeklik tanımlamam, toplumsal cinsiyetin çok katmanlı ve çok boyutlu özelliğinden ve erkekliği nörotik kişilik, alt kültürel akran grubu, resmi bir oluşum ve bir medya imgesi gibi farklı şekillerde tanımlayan araştırma literatüründen kaynaklanmaktadır. Erkekliğe dair basit düzeydeki bir "çekirdek" ya da "gerçek" kavram işe yaramayacaktır.

Terimi fazla mı esnetmiş oldum? Martin, erkekliğin bir "yer" ya da bir "etki" olup olamayacağını sorgulamaktadır. Sunduğu örnek nokta atışıdır. Bir erkek "bir kadın gibi"

* Doktora Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi, Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Anabilim Dalı, damlatanal@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5701-1494.

giyindiğinde” giyimdeki semiyotik karşılığı tanımlayan cinsiyet ilişkileri yapısı bölümünde tam olarak dişil¹ bir yer işgal ediyordur. “Yer” metaforu toplumsal cinsiyet kavramının yapı olarak bir parçasıdır. Ancak yapı karmaşıktır. Drag² performansında bir erkeğin, iş bölümü gibi yapının diğer bölümlerinde -daha da önemlisi toplumsal cinsiyet belirsizliğinin ve aşımının farklı biçimlerini anlamada- dişil bir yer işgal etmesine gerek yoktur.

Giyinme ve çalışma gibi toplumsal pratiklerin bedensel etkileri vardır ve bunların hatırı sayılır bir kısmı (ağırlık çalışmaktan ve top oynamaktan, kozmetik cerrahisi ve öğrenme davranışına kadar) toplumsal cinsiyet inşasının bir parçası olarak tasarlanmıştır. Toplumsal ve bedensel süreçler arasındaki etkileşim o kadar önemlidir ki bu etkilerin “erkeklik” (ve “kadınlık”) tanımında yer alması gerektiğini iddia edebilirdim.

Martin herhangi bir yerin anlamının yapıdan kaynaklandığı konusunda haklıdır ancak bu sabit bir durum değildir. İskoçya’da 18. yüzyılın başlarında kısa plili etek giymek eril bir pratikken, 20. yüzyılda Manhattan’da dişil bir pratiktir. Bu şekilde bir düşünce yürütme biçimiyle Kongo’ya kadar gidebilirim. Ancak, performansa vurgu yapan cinsiyet kavramları bütün alanın daraltılması riskini taşımaktadır. Toplumsal cinsiyet yalnızca işaretler ve anlamlar sistemi değildir; aynı zamanda o, ev işi ve makine başı işin³ maddi emeğini, sermaye birikimini, şiddet ve gücün maddeselliğini, hamileliği, çocuk yetiştirmeyi ve bunun gibi durumları içermektedir. Modellerimiz, tüm diğerlerine kıyasla toplumsal pratiğin sembolik boyutunu ayrıcalıklı kılmamalıdır.

Martin *hegemonik erkekliğin* birden çok anlamı olduğu noktasında çok haklıdır. Meslektaşlarım (Tim Carrigan ve John Lee) ve ben kavramı ilk kez tanımlamaya çalıştığımızda, hegemonyayı tarihsel olarak ortaya çıkan ve tarihsel olarak değişebilecek bir durum olarak düşünmüştük. Ancak sonrasında, bazı yazınlarda kavram, Tip A kişiliği gibi sabit bir karakter türünü ve neredeyse her zaman olumsuz çağrışımları olan- bir kişilik tipini temsil etmek için kullanılır olmaya başladı.

Bu noktada sorumluluğun bir kısmını üstlenmem gerektiği kanaatindeyim. Kavram ataerkilliğin meşruluğu ile bağlantılı olarak tanımlanmaktadır. Kavramı tarihsel olarak tanımlarken tutarlı olmaya çalışmış olsam da konu (toplumsal cinsiyet eşitliği hususunda) kötü

¹ Çevirmenin notu: Orijinal metinde “feminine” olarak yer olan bu sözcük, bu noktada cümlenin akışı ve anlam göz önünde bulundurularak “dişil” olarak çevrilmiştir.

² Çevirmenin notu: Orijinal metinde “The man in drag” şeklinde yer almaktadır, metnin akıcılığı göz önünde bulundurularak ve performansın literatürdeki anlamı düşünülerek “drag performansı” olarak çevrilmiştir.

³ Çevirmenin notu: Orijinal metinde “machine minding” olarak geçmekte olan bu ifade, makinenin işleyişi sırasında gerçekleşen, bu işleyişi sürdüren ve denetleyen bir emek türüne dikkati çekmektedir. Bu anlam dikkate alınarak bu biçimde çevrilmiştir.

davranan erkek olduğunda bazı kullanımlarda kısa yoldan hegemonik erkeklığe referansta bulunmaktayım. Ve bu durum, sabit bir olumsuz karakter tipi anlayışının ortaya çıkmasına yol açmaktadır.

Ancak hegemonyanın olumlu bir güç olabileceği düşüncesini taşımaktayım. Bu, Gramsci'nin sınıf ilişkileri içerisindeki orijinal hegemonya kavramının bir parçasıydı ve bu bağlamda mevcut biçimlerinden daha az zehirli (toksik), daha işbirlikçi ve barışçıl erkekliklerin inşa edilebileceği bağlamında oldukça anlaşılabilir bir niteliğe sahiptir. Aslında bu, eğitimsel ve siyasi çalışmalara yönelik hedefleri belirlemede faydalı bir yoldur. Bu bağlamda, politik stratejilere ilişkin soruları da beraberinde getirmektedir.

Lorber, sözlerine önemli etkileri olan kategorize edici bir jest (“erkeklerin feminizmi”) ile başlamakta ve sözlerini bu şekilde bitirmektedir. Sanırım herkes, erkekler ve erkeklik üzerine yapılan son araştırmaların gelişmesinde feminizmin oldukça önemli olduğu konusunda hemfikirdir. Bu, kesinlikle benim için geçerli bir durumdur. Toplumsal cinsiyet meseleleri üzerine olan çalışmam feminizme bir yanıt olarak başlamıştır ve özellikle Pam Benton ve birçoklarının da içerisinde olduğu feministlerle sürekli bir diyalog halinde ilerlemektedir.

Ancak bunu tam anlamıyla kabul etmek, erkeklik üzerine yapılan çalışmaların erkeklerin feminizmi olarak sınıflandırılmasının kabul edilmesi demek değildir. İlk olarak, bunun önemli bir kısmı (ve en az etkisiz olmayı) kadınlar tarafından yapılmaktadır: Nancy Chodorow, Lynne Segal, Ursula Mueller, Carol Hagemann-White ve Elisabeth Badinter ve diğerleri. İkinci olarak işin önemli bir kısmı feminizmden de kaynaklanmamaktadır. Hegemonik erkeklik kavramı Gramsci'nin Marksizm'inden uyarlanmıştır, erkeklik hiyerarşileri Gey Kurtuluş hareketi tarafından geliştirilmiştir ve diğer fikirler Freud'dan, Foucault'dan, Sartre'dan, yapısalcılıktan ve post-yapısalcılıktan gelmektedir. Erkeklerin cinselliği üzerine yapılan en iyi çalışmaların bir kısmı, HIV/AIDS salgınına bir yanıt olarak ortaya çıkmış ve erkeklik üzerine en iyi tarihsel çalışmalardan bazıları ise sömürgecilik ve ırk ile alakalı endişelerden yola çıkılarak geliştirilmiştir.

Lorber'in ortaya koyduğu siyasi ikilemlerle boğuşmak için erkekler ve erkeklik üzerine yapılan son çalışmaların çoklu kaynaklarının farkına varmanın önemli olduğunu düşünüyorum. Erkeklerin feminizmi- onun, kadınların “öfke ve kızgınlığını” paylaşmaya yönelik erkeklerin yetersizliğine ilişkin yorumlarında algıladığı biçimiyle- yalnızca kuyrukçuluk⁴ ve politik olarak zayıf bir kazanç olabilir. (Zaten “uyguladığı” feminist kuramları yansıtacağından, entelektüel olarak feminizm için de zayıf bir kazanç olacaktır.) Feminist olmayan ve anti-feminist erkek

⁴ Çevirmenin notu: *Tail-end* sözcüğü kuyruk metaforu kullanılarak türetilmiş, bir şeyin (bir durumun, olayın, dönemin) en sonu manasına gelmektedir. Orijinal metinde *tail-endism* olarak da geçmekte olan bu sözcük ihtiva ettiği anlam düşünülerek kuyrukçuluk olarak çevrilmiştir.

hareketleri, erkek feminizmi hakkındaki bu görüşü paylaşmakta ve güncel bir Avustralya kitabından alıntı yapmak gerekirse, “çul ve kül tugayı”⁵ olarak pro-feminist aktivistlerle ve araştırmacılarla alay etmektedirler.

Erkeklikler'in siyasi argümanı, işleri herkes için daha iyi hale getirmeye yönelik bir Pollyanna umudu değil, toplumsal cinsiyet reformu kapsamında toplumsal ittifakların önemine ilişkin bir argümandır. Lorber, “az sayıda kadın” ilerici toplumsal politikalarından yararlandığından, bu yaklaşım üzerine pek düşünmemektedir. İttifaklara karşı dikkatli olmak için başka sebepler de vardır ancak bu sebep iyi olanından değildir; kanıtlar, Amerika'daki kamusal eğitimin yaygınlaşması gibi kadınlar açısından tarihsel kazanımlardan, İngiltere'de ve Avustralya'da refah devletinin çöpe atılması ve resmi eşitlik rejiminin Sovyet devletlerinde çöp olması sebebiyle kadınların mustarip olduğu güncel kayıplara kadar değişiklik göstermektedir.

Eğer bir kimse ilerici toplumsal cinsiyet politikalarını destekleyen toplumsal çoğunlukları inşa etmekle ilgileniyorsa o zaman diğer toplumsal hareketlerle ittifak kurmak ve erkek gruplarının onlarla nasıl bir araya getirilebileceğini düşünmek önem arz etmektedir. Bu tür ittifakların bağlayıcı olması için ihtiyaç duyduğu şey sağlam bir toplumsal adalet anlayışıdır. Ve erkekler arasındaki ilerici toplumsal cinsiyet politikalarının dayanabileceği zemini sağlayan, feminizmle bir kuyruk ilişkisinden ziyade toplumsal adalet politikasıdır.

İttifak siyasetine bakış açısı ne olursa olsun Martin, Lorber ve benim bu konuda aynı fikirde olduğumuzu düşünmekten yanayım. Her türlü ilerici toplumsal cinsiyet politikası için, erkekler ve erkeklikler ile ilgili konularda güçlü, çok kaynaklı bir araştırma ve aktivizm uzun vadeli bir kazanç olacaktır.

R.W. Connell
Sydney Üniversitesi

Çevirmen Notu

Çalışmanın çevrilmesine ve yayımlanmasına izin verdiği için Prof. Raewyn Connell' e teşekkürlerimi sunarım.

⁵ Çevirmenin notu: İngilizce karşılığı “the sackcloth and ashes brigade” şeklindedir. *Sackcloth and ashes* İngilizcede aşırı keder, üzüntü ve pişmanlık manasına gelen bir deyimdir.

I. Uluslararası Akdeniz Kadın Çalışmaları Kongresi

Seda Kocabıyık* Çağrı Elmas**

Akdeniz Üniversitesi Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Anabilim Dalı, Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Araştırma ve Uygulama Merkezi ve Akdeniz Kadın Çalışmalarını Destekleme Derneği tarafından düzenlenen I. Uluslararası Akdeniz Kadın Çalışmaları Kongresi, Akdeniz Üniversitesi'nde 21-23 Ekim 2021 tarihinde hibrit (online ve yüz yüze) olarak Antalya'da gerçekleştirilmiştir. "2021 yılında Türkiye'de Kadın Olmak" temasıyla gerçekleşen kongreye araştırmacılar tarafından yoğun ilgi gösterilmiştir.

Kadına yönelik şiddet, medya, iletişim teknolojileri, aile, eğitim, sanat ve edebiyat, kamusal alan, tarih, toplumsal cinsiyet ve beden, kentleşme, kırsal alan ve göç araştırmaları olmak üzere kadın ve toplumsal cinsiyet alanında hazırlanan bildiriler 14 oturumda sunulmuştur. 21 ve 22 Ekim tarihlerinde yüz yüze veya çevrimiçi olarak oturumlara katılan araştırmacılar tarafından toplam 64 bildiri sözel olarak sunulmuştur. Oturumlar eş zamanlı olarak iki salonda gerçekleştirilmiştir. Akademide Yöneten Kadınlar ve Kadın Araştırmalarında Yöntem Tartışmaları: Olağan ve Krizli Dönemler olmak üzere deneyimli akademisyenler tarafından iki panel gerçekleştirilmiştir.

I. Uluslararası Akdeniz Kadın Çalışmaları Kongresi, Prof. Dr. Nurşen Adak, Prof. Dr. Sezer Şener Komsuoğlu ve Prof. Dr. Özlenen Özkan'ın açılış konuşmaları ile başlamış ve Akademide Yöneten Kadınlar Paneli'nde, Prof. Dr. Özlenen Özkan, Prof. Dr. Sezer Şener Komsuoğlu ve Prof. Dr. Funda Sivrikaya Şerifoğlu yönetici kadınlar olarak kendi rektörlük deneyimlerini aktarıp, dinleyicilerden gelen sorulara yanıt vermişlerdir. Akdeniz Üniversitesi Rektörü -Prof. Dr. Özlenen Özkan, kadın çalışmaları alanındaki üniversite içi faaliyetleri, kadın rektör olarak deneyimlerini aktardığı gibi yakın zamanda kadın cinayetine kurban giden İletişim Fakültesi öğrencisi Azra Gülendamlar Haytaoğlu ve konuya ilişkin düşüncelerini paylaşmıştır. YÖK Akademide Kadın Çalışmaları Birimi Başkanı ve Kocaeli Üniversitesi Eski Rektörü Sayın Prof. Dr. Sezer Şener

* Akdeniz Üniversitesi, Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet ABD, Doktora Öğrencisi, kocabiyikseda@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8199-948X

**Akdeniz Üniversitesi, Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet ABD, Doktora Öğrencisi, elmascagri@yahoo.com, ORCID: 0000-0002-8194-3523

Komşuoğlu ise Türkiye’de üniversitelerde kadınların yeri ve konumuna yönelik çarpıcı verileri dinleyicilere sunmuştur. Son olarak Düzce Üniversitesi kurucu Rektörü Sayın Prof. Dr. Funda Sivrikaya tarafından yönetim ve girişimcilik alanlarında kadınların hangi sorunlarla karşılaştığı ve bunların üstesinden nasıl gelebilecekleri anlatılmıştır.



Görsel 1. Akademide Yöneten Kadınlar Paneli



Görsel 2. Panel Katılımcıları ve Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Ana Bilim Dalı Öğretim Üyeleri

Kadına Yönelik Şiddet temasıyla gerçekleşen ilk oturumda, sosyal medyada yer alan şiddet, şiddetle mücadelede şiddeti önleme ve şiddetten korunma stratejileri, erkeklerin şiddet anlatıları ve video kulüp toplantıları üzerine güncel araştırmalar sunulurken konu dinleyicilerle tartışılmıştır.

İkinci oturum olan Medya, İletişim Teknolojileri ve Kadın oturumunda ise medyanın kadın sağlığı üzerine etkilerine, dijitalleşme sürecinde yaşlı kadınlara, güvenlik toplumu anlayışından hareketle kadın cinayetlerine ve popüler kültürdeki mizojini (kadın düşmanlığı) tartışmalarına yer verilmiştir. Araştırmacılar güncel araştırmalarının bulgularını sunmuşlar ve farklı disiplinlerden gelen katılımcılarla beraber ufuk açıcı tartışmaların olmasını sağlamışlardır.

Kadına yönelik şiddet temasıyla gerçekleşen üçüncü oturumda ise Türkiye’de gerçekleşen kadına yönelik şiddet araştırmalarındaki metodoloji problemi, kadına yönelik şiddetin medeni durumla bağlantısı, çalışma yaşamında kadınlara yönelik şiddetle ilgili bildirimler sunulmuştur. Gönüllü çocuksuzluğun, anneliğin reddinin kadınlar üzerinde yarattığı duygusal şiddet tartışılmıştır.

Sanat ve Edebiyat Alanında Kadın teması ile gerçekleşen dördüncü oturumda, kadınlık ve erkeklik normları filmler ve romanlar özelinde irdelenmiştir. Safiye Erol’un Kadıköy Romanı’nda kadınlık ve erkeklik kodlarının hangi çerçevede kurulduğu ele alınmıştır. Oturumdaki diğer çarpıcı bildirimler ise sinemadaki kadın bedeninin temsili üzerine gerçekleşmiştir. İlk olarak Rumen Yeni Dalga Sineması özelinde, ikinci olarak ise Persepolis Filmi üzerinden kadın bedeni üzerindeki ataerkil tahakküm ilişkileri kadın çalışmaları perspektifiyle ele alınmıştır.

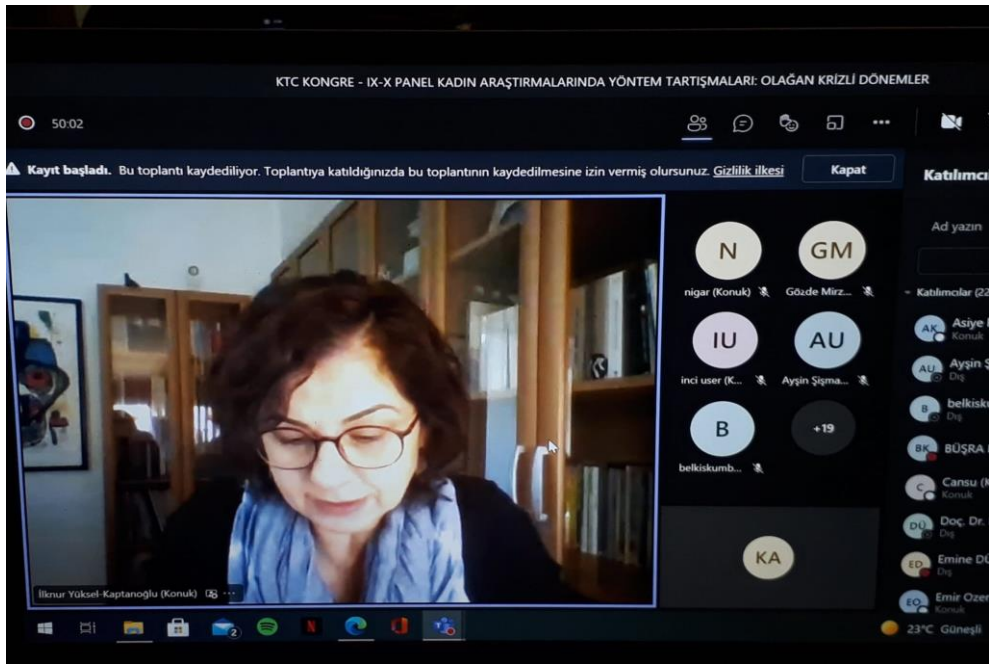
Sağlık ve Kadın teması ile gerçekleşen beşinci oturumda 6 bildiri sunulmuştur. Yumurta donörlerinin ahlaki failliği, Down Sendromu tanısına sahip bireylerin cinsel davranışları ve cinsel eğitimleri ile ilgili annelerin deneyimlerini, sağlık alanındaki toplumsal cinsiyet normları, kadının güçlendirilmesine yönelik psikoeğitim programının etkileri, kadın akademisyenlerin kaygı düzeylerinin incelendiği ve engelli bireylere bakım veren kadınların bakım emeği üzerine yapılan araştırmalar katılımcılara aktarılmıştır.

Ailede Kadın teması ile gerçekleşen oturumda ise Yedigün magazin gazetesinde yer alan köşe yazıları üzerinden evlenmek için ideal kadın konusu, üniversite öğrencilerinin evliliğe ilişkin tutum ve davranışları, üniversite öğrencilerinin çocuk sahibi olma isteğini etkileyen faktörler, boşanmış kadınların soyadı bağlamında aidiyet ve kimlik ikilemleri konuları tartışıldığı gibi, tecavüze uğrama ve tecavüz mağdurlarına ilişkin empati konularında hazırlanmış çalışmalar aktarılmıştır.

Kongrenin ikinci günü ise eğitim ve kadın temasının tartışıldığı oturum ile başlamıştır. Sekizinci sınıf öğrencilerinin toplumsal cinsiyet eşitliği algıları, kadın-erkek eşitliğini sağlamada eğitimin rolü, taşra üniversitesinde eğitim sosyolojisinin feminist pedagojik denemesi, PIAAC sonuçlarının toplumsal cinsiyet eşitliği bağlamında değerlendirilmesi konularını ele alan araştırmalar dinleyicilere aktarılmıştır.

Kamusal Alanda Kadın temasına sahip oturumda eğlence mekanlarında kadınların cinsel tacizden korunma stratejileri, kadın istihdamı ve cinsiyet ayrımcılığı, nafaka meselesi, Covid 19 Pandemi sürecinin toplumsal cinsiyet ekseninde değerlendirilmesi ve estetik emek bağlamında hazırlanan çalışmalar, araştırmacılar tarafından sunulmuştur.

Kadın Araştırmalarında Yöntem Tartışmaları: Olağan ve Krizli Dönemler kongrenin ikinci paneli olup panelde Prof. Dr. Belkıs Kümbetoğlu “Kadın Araştırmalarında Yönteme İlişkin Sorular, Sorunlar, Kriz Dönemlerinde Alternatifler” bildirisini sunmuştur. Doç. Dr. İlknur Yüksel Kaptanoğlu, feminist yöntembilimde nicel araştırmalarının nasıl kullanılacağına değinmiştir. Gözde Aynur Mirza da toplumsal cinsiyet çalışmalarındaki etik konusunu dinleyicilerle paylaşmıştır. Prof. Dr. İnci User ise “Kadın Bakışıyla Kadın Sağlığı Araştırmaları” başlıklı sunumu gerçekleştirmiştir. Panel çok sayıda katılımcı ve araştırmacı tarafından ilgiyle dinlenmiştir. Ayrıca sunumlarını gerçekleştiren araştırmacıların her birinin farklı yönetsel bakış açılarından feminist metodoloji hakkında düşüncelerini paylaşmaları, özellikle bu alandaki yeni araştırmacılar için yol gösterici olduğu gibi bu bilgiler ve saha deneyimleri genç araştırmacılar için ufuk açıcı olmuştur.



Görsel 3. Kadın Araştırmalarında Yöntem Tartışmaları: Olağan Krizli Dönemler Paneli

Tarihte Kadın oturumunda ise Antikçağ Yunan entelektüellerinin kadına bakışı, 19. Yüzyılda histerik kadın imgesinin inşası, 1979 İslam Devrimi sonrası İran’da kadın hakları, savaş sonrası geride kalan kadının sosyal kimliği ve Selçuklu Dönemi’nde siyasi anlamda gerçekleşen evlilikler ele alınmıştır.

Kent, Kamusal Alan ve Kadın temasıyla gerçekleşen oturumda, kadın muhtarların deneyimi, kadın konukevinde kalan kadın anlatılarında hegemonik erkeklik, toplumsal cinsiyet ve

suç, kentsel dönüşümle yeni evlere taşınan kadınlarının yaşamlarını ve kadın deneyimlerinin ele alındığı bildiriler sunulmuştur.

Toplumsal Cinsiyet ve Beden oturumunda ise Antik Yunan'dan günümüze kadar protesto aracı olarak kullanılan beden, feminist-vegan söylemde beden, akademik çalışmalarda toplumsal cinsiyet ve spor ilişkisi, Türkçe rap müzikte hegemonik erkeklik ve kadın bedeni üzerindeki dövmelerin iletişimdeki rolü üzerine gerçekleştirilen ilgi çekici araştırmalar dinleyicilere aktarılmıştır.

On ikinci oturum olan eğitim ve kadın oturumunda ise üç bildiri sunulmuştur. Bildirilerde yetişkin eğitimi sürecinin kadın kursiyerler üzerindeki etkilerine, açık öğretim lisesi uygulamalarının toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yeniden üretimindeki rolü, kadınlar ve kız çocukları için Birleşmiş Milletler tarafından hazırlan genel tavsiyelerin incelenmesi ele alınmıştır.

Sanat ve Edebiyat Alanında Kadın oturumunda ise Dr. Hikmet Kıvılcımlı'nın Kadın Sosyal Sınıfımız eseri ve Elizabeth Gaskell'ın Ruth romanı üzerinden toplumsal cinsiyet temsil biçimleri ele alınmıştır. Ayrıca The Favourite filmi üzerinden üç kadın karakterinin incelemesi gerçekleştirilmiştir. Kadın hattatlar ve performans sanatında anlatı aracı olarak bedenin kullanımı üzerine sunuşlar gerçekleştirilmiştir.

Son olarak Kentleşme, Kırsal Alan, Göç ve Kadın oturumunda altı bildiri sunulmuştur. Suriyeli göçmen kadın olmak, kırsal alanda doğanın korunmasındaki kadının rolü, modern yaşama geçiş sürecinde mekan ve zaman bağlamında kadın, kadın çiftçilerin sosyo-ekonomik durumu, küresel gıda rejiminde feminist müdahaleler ve Çanakkale- Çamkalabak Köyü'nde kadınlarla gerçekleştirilen bir projenin sosyolojik anatomisi ele alınmıştır.



Görsel 4. Kongre Düzenleme Ekibi

Kongreye kabul edilen tüm bildirimler sunulduktan sonra kongrede sosyal etkinlik olarak Perge antik kentine 23 Ekim 2021 Cumartesi günü bir gezi gerçekleştirilmiştir. Gezi için Perge antik kentinin seçilme nedeni kongre afişinde de yer alan Plancia Magna'dır. Adeta Perge'nin sembolü olan kentin ileri gelen ailelerinden birisinin kızı olan Plancia Magna Perge'nin gelişip kalkınmasına hayırseverliği ile önemli katkılar sunmuştur. Bu hizmetleri karşılığında Perge halkı onu "kentin kızı" unvanı ile onurlandırdığı gibi günümüzde belediye başkanlığına karşılık gelen kentin en önemli kamu görevi olan "Demiourgos" luk görevi verilmiştir. Yalnızca erkeklere açık, en yüksek kamu görevi olan "Demiourgos" luk göreviyle Plancia Magna Antik çağda yönetimde söz sahibi olan az sayıda kadından birisidir. Tarihte iz bırakan kadınlardan birisi olarak Plancia Magna'ya dikkat çekmek açısından Perge antik kentini ziyaret etmek anlamlı olmuştur.



Görsel 5. Perge Antik Kent Gezisi

Kongre çağrısına çıktığımız andan itibaren gösterilen yoğun ilgi bizim için oldukça umut verici olmuştur. Hem kongre sekreteriyasında yer almanın hem de bu alanda eğitim almaya devam eden genç araştırmacılar olarak farklı disiplinlerden birçok güncel tartışmayı dinlemiş olmanın mutluluğunu yaşadık. Kongrenin pandemi nedeniyle ertelenmesi daha önce COVID-19 gibi bir pandemi yaşamamış olduğumuz için oldukça kaygı vericiydi ancak pandemi süreci ilerledikçe toplantıların çevrimiçi yapılabilir hale gelmesi kongrenin gerçekleştirilebilir olması konusunda umudumuzu artırdı. Zaman içerisinde vaka sayısının düşmesi nedeniyle daha esnek bir yol benimsenerek kongrede hibrit etkinlik modeli tercih edilmiştir. Bizim açımızdan yaşadığımız uzun tecrit döneminden sonra böylesine bir bilimsel etkinlikte yer almak oldukça heyecan vericiydi.

Yazımıza son verirken yeni bir kadın çalışmaları kongresinde bilgi ve deneyimlerimizi paylaşmak dileğiyle başta kongre düzenleme kurulu adına Prof. Dr. Nurşen Adak'a ve kongrede emek harcayan anabilim dalındaki arkadaşlarımıza, sponsorlarımıza ve katılan tüm katılımcılara yeniden teşekkür ederiz.



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
1982
ANTALYA

I. Uluslararası Akdeniz Kadın Çalışmaları Kongresi

2021 Yılında Türkiye'de Kadın Olmak

Kongre hibrit etkinlik olarak gerçekleştirilecektir.

Ayrıntılı Bilgi:
<https://ktckongre.akdeniz.edu.tr>
ktckongre2021@gmail.com
Instagram: @ktckongree
Twitter: @ktckongre
Facebook: @ktckongre

Düzenleyenler:
Akdeniz Üniversitesi Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet ABD
Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Araştırma ve Uygulama Merkezi
Akdeniz Kadın Çalışmalarını Destekleme Derneği

Akdeniz Üniversitesi | Antalya
21-23 Ekim, 2021



Görsel 6. I. Uluslararası Akdeniz Kadın Çalışmaları Kongresi Afışı