

## Hollywood Gösterişi, Kadının (C)Esareti

### *The Pomp of Hollywood and Women's Courage*

E. Melek Cevahiroğlu Ömür\*

Dyhouse, Carol. *Gösteriş, Kadınlar, Tarih, Feminizm*,  
Çev. Duygu Akın. İstanbul: Can Yayınları, 2015, 272 s.

*Dave Davies'in 1981 yılında çıkardığı albümü ile aynı ismi taşıyan "Gösteriş" adlı parçasının sözleri aynen şöyle: "Gösteriş, Bugün; Etrafımdaki illüzyon... Söylemesi zor, öyle bir akıl karışıklığı, hakikati yanlışlıktan ayırtıramadığım."*

"Dave Davies"

Sussex Üniversitesi tarih profesörü Carol Dyhouse'un *Gösteriş: Kadınlar, Tarih, Feminizm* adlı kitabı 2015 yılında Can Yayınları tarafından dilimize çevrildi. Kitap, gösteriş ve kadın arasındaki ilişkiyi masaya yatırırken, gösteriş kelimesinin bugüne dek kazandığı sosyolojik ve politik birçok anlamı; dönemin kültür endüstrisinden örnekler vererek analiz ediyor. Gerçekten de glamour/gösteriş kelimesi hem anlamı hem de zihinlerdeki iz düşümü bakımından ele alındığında Dave Davies gibi pek çok kişi için kafa karışıklığı oluşturabilecek nitelikte. Ne de olsa Davies 1947 doğumlu, ergenliğini 1960'larda yani; kadınlara değer biçen 'gösteriş' algısıyla mücadelede girişen ikinci dalga feminist akımların doğduğu dönemde geçirmiş bir sanatçı. Bu dönemde kadınları tüketime sevk eden reklam kampanyaları ve yine kadınların öznesi olduğu gösteri dünyası ağır bir feminist eleştiri altındaydı. Kadın bedeninin ticari bir meta

.....

\* Türkmedya İçerik Direktörü, melek.cevahiroglu@turkmedya.com.tr

olarak pazarlanmasına karşı olan feministler, kadınların tüketimine sunulan gösterişli yaşam tarzının suni ve yüzeysel olduğunu savunuyor; güzellik yarışmaları gibi etkinlikleri şiddetle eleştiriyorlardı. ‘Gösteriş’in kadını metalaştıran gücün kandırmacadan ibaret bir oyunu olduğunu söylüyorlardı. Peki hakikat böyle mi? Gösteriş, sofistike ve etkili bir görünüme sahip olmaktan çok daha fazlası mı? Ve yine gösterişin dişil ya da eril olarak ayrı ayrı ele alındığında toplumsal cinsiyet tartışmalarına katkı sunabilecek ölçüde topluma mal olmuş neticeleri var mı? Gösteriş, modern kadının toplumsal rollerinin değişimi açısından bir değer ifade ediyor mu?

Carol Dyhouse, kitabının giriş cümlesi olarak “On dokuzuncu yüzyılda ilk kez kullanıldığında gösteriş (glamour) sözcüğünün büyüçülüğe ya da sihirli bir cazibeye benzer bir anlamı vardı.” diyor. Kim bilir belki Dave Davies hayranıdır, belki de Amerikan sinemasının sadık seyircilerinden. Kesin olan bir şey var ki, Dyhouse, yukarıda saydığımız soruların cevabını vermek için Hollywood’da bir zaman yolculuğuna çıkıyor okuyucularını. Dahası modern kadının toplumsal rollerini ve yine kadınların güce, özgürlüğe, güzele ve estetiğe zaman içinde yükledikleri anlamları “gösteriş” kavramı üzerinden okumaya çabılıyor. Nasıl?

Altı bölümden oluşan bu kitabın ilk bölümü gösteriş kelimesinin kökleri ve XIX. yüzyıldaki anlamından bahsederek, 1920’lerde ortaya çıkmaya başlayan “modern kız” tiplemesinin dönüşümünü anlatıyor. İkinci bölümde ise yazar, “Hollywood Gösterişi”ni detaylandırıyor. Özellikle de 1930’lar ile 50’ler arasında Amerikan sinemasında gösteriş kelimesinin kendisine nasıl yer bulduğunu örneklerle açıklıyor. Bu yıllarda kırmızı öne çıkan bir renktir, “Elmas ebedidir” sloganı ile elmas aşk ve bağlılık arasındaki ilişkinin sembolü olmuştur, mayoların görünümü değişmiş ve estetik ameliyatlara hayata dahil olmuştur. Tüm bu gelişmelerin yakinen izlenebildiği Amerikan sinemasında, Hollywood aktörleri giydikleri kıyafetler, sürdükleri rujlar, kullandıkları dantel veya kürk aksesuarlar, saç stilleri hatta tavırları ile dünyanın pek çok yerindeki kadınlar tarafından taklit edilmiştir.

Kitabı yarıladığımızda ise yazar, bugünün sorunlarına da dikkat çekecek bir kurgu ile, tarihin nasıl tekerrür ettiğini anlatıyor. Tıpkı savaş öncesi dönemde orta sınıfa ait kadınların kendilerini özel, özgür, özgüvenli hissetmek için hayallerini süsleyen film yıldızlarına özendikleri gibi, bugün de orta sınıf ve fakir ailelerdeki kadınların benzer bir serüveni yaşadıklarını iddia ediyor. Dördüncü bölümde ise prensesler sahneye çıkıyor; Rita Hayworth, Grace Kelly gibi örnekler üzerinden “itaatin ödülü prensle evlilik olabiliyordu” diyor yazar. Elizabeth Arden, Helena Rubinstein, Jean Dawney... Bu örnekler bir zamanların parmakla gösterilen model ve aktrisleri, evlilik yolu ile, gösterişten ziyade daha sade ve sofistike bir yaşama geçiş yapabiliyorlardı. Yazara göre 1950'lere damgasını vuran bir diğer konu ise çıplaklığın dergileri süslemesiyle, gösteriş kelimesinin nasıl negatif bir mana kazandığıdır.

Beşinci bölüm kadınların kurtuluş hareketlerine odaklanır. Gösteriş bu dönemlerde (1960'ların sonu ve 1970'lerin başı) daha az görünür bir hal alırken, yazar medyada geniş yankı uyandıran kadın özgürlük savunucularının güzellik yarışmalarına nasıl savaş açtıklarını detaylı olarak anlatıyor. Kitabın son bölümüne geldiğimizde gösterişin 1980'lerdeki yansımalarına şahitlik ediyoruz. Yazarın kendi cümleleriyle “1950'lerde klastan yoksun, 1960'lar ve 70'lerde gençlikten modaya uygunluktan, hatta politik dürüstlükten yoksun görünen gösteriş, 1980'lerde ana akım modaya etkili bir giriş yapacaktı”. Diğer bir ifadeyle, 80'lerde kadınların tarihi, çoğunlukla giyim, kozmetik ve moda kültürüyle tanımlanır hale gelmiştir. Bu dönemde glamour/gösteriş kavramının karşısına glitz/caka kavramı çıkmıştır. Androjen bir stil (kırmızı ruj, takım elbise, geniş vatkalara, kısa ve jöleli saçlar, agresif bir duruş) moda sayfalarını süslemeye başlar. Hepsi kati bir bağınazlık reddi olarak yapıyordu diyen Dyhouse, bu bölümde kitabın bütününde savunmaya çabaladığı iddiayı dile getirir: “Hiçbir şey kadınları, iyi bir eğitimi ve iyi ücretli bir işi olduğu kadar güçlendiremez. Ama bu aynı zamanda kendini kanıtlamakla da ilgili.” Peki kadınlar kendilerini bugün nasıl kanıtlıyorlar? Ya da gösteriş kadınların kendilerini ispatlamaları için yeterli mi?

Bu sorunun yanıtını kitapta bulamıyoruz. Çünkü örnekler bize gösterişin özellikle kadınları hedef kitle olarak benimsemiş, film endüstrisi ya da kapital sermayenin kullandığı bir araç olduğunu iddia ediyor. Kadınlar ise, gösterişli olmak için yarışırken, elbette kendilerine sunulan bu meta ve tavırlardan faydalanıyorlar. Yazarın aktarmaya çalıştığı bu tavır ve meta tutkusunu, gösteriş olarak çevirmek yeterli mi sorusu akla geliyor. Özellikle de kavramı Türkiye özelinde, bahsi geçen dönemlerdeki Türk filmleri endüstrisi, aktörler ve magazin dergileri çerçevesinde yeniden düşününce bir soru işareti oluşuyor. Diğer bir ifadeyle kitabın bütününde okuyucuya aktarılan ikonik fotoğraflar, afişler, yüzyıla damgasını vuran ünlü kadınların şuh fotoğraflarında ve hayat hikâyelerinde bahsedilen ve son olarak kapak görselinde bile okuyucuyu yakalayan cazibe, kitabın ismiyle uyuşmuyor. Gösteriş, kitabın içeriği göz önüne alındığında yetersiz bir kavram olarak karşımıza çıkıyor. TDK'ya göre gösteriş, “gösterme işi, başkalarını aldatmak, şaşırtmak, korkutmak veya kendini beğendirmek için birinin yaptığı yapay davranış, çalım” olarak tanımlanıyor. Glamour da yine *Cambridge Sözlüğü*'ne göre “cazibe ve çekicilik” olarak çevriliyor. Bu meseleye dönemin bir Türk dergisinden örnekle devam edelim.

Orhan Seyfi Orhon ve Yusuf Ziya Ortaç'ın sahipleri olduğu ve 1952 Temmuz ayında yayın hayatına başlayan “*Ayda Bir*” isimli derginin ilk sayısı Rita Hayworth'un son derece hoş bir fotoğrafı ile kapanıyor. Bugün ilan görmeye alışkın olduğumuz arka kapak görseli, Hollywood sinemasına saygı duruşu niteliğinde Rita'ya ayrılmış. Ne de olsa yirminci asrın en büyük dedikodu mevzuunu Hollywood'da cereyan eden aşk maceraları teşkil ediyor o dönemde. Belli ki dönemin Türkiye'sinde de bu konulara nitelikli seviyede bir ilgi var. Derginin 52. sayfasında “Dünyanın En Cazip Kadını Niçin Mesut Değil?” başlığıyla Rita Hayworth'un hayat hikâyesi aktarılmış. Henüz 14 yaşındaki Rita, cazibeli ve ateşli olarak tanımlanıyor Türk edebiyatının iki maharetli kalemi tarafından. Carol Dyhouse de Hayworth hakkında “beyazperde tanrıçası olarak örnek alınacak koca bir gösteriş okulunun öğrencisi” diyor. Bu bilgiler ışığında kitabın orijinal adının çevirisi için kullanılan *Gösteriş*, fazla nötr ve

sönük kalmış gibi duruyor. Zira glamour/gösteriş kelimesi kafalarda kadının gücünün bir iddiası olmaktan çok, erkeklerin fantezilerini karşılayan, diğer bir ifadeyle erkeklerin bakışlarını memnun etmeyi ifade eden bir kelime olan 'cazibe' ile daha fazla manaya bürünebiliyor.

Kafamızda canlanan anlamlarının yanında, yazar, gösterişi kadın ve erkek için kullanılabilceği gibi eşyalar ve mekânlar için de kullanılabilir bir nitelik olarak ele alıyor. Bu çeşitliliğin içinde net olan şey ise, gösterişin her zaman sanatsal bir yönü olması. Carol Dyhouse niyetini en başından belli ediyor; gösterişin tarihî serüvenini analiz ederken, ezberlediğimiz biçimlerde kadının, bir erkeğin bakışında yer bulan cazibesinin çok daha derinlikli bir tanımlaması ile hareket ettiğini teslim ediyor.

İnsan sormadan edemiyor? Neden yazar koca bir yüzyılın sosyolojik analizini bir glamour/gösteriş üzerinden okuyor? Gelin bu noktada, *Cambridge Sözlüğü*'ne bir kez daha göz atalım. Sözlük *glamour* kelimesini, "bir davranışın bir objenin ya da bir insanın sıra dışı çekiciliği" olarak tanımlıyor ve sonra bingo. Kelime cümle içinde kullanırken bir soru sorulmuş: "*Who can resist the glamour of Hollywood?*". Ve daha birçok yerde *glamour* kelimesi Hollywood ile birlikte kullanılıyor. Bugün Hollywood yıldızlarının hayatlarından kesitler sunan, güzellik, moda ve kültür alanlarında okuyucularıyla buluşan derginin adı, *Glamour* ve Instagram'daki takipçi sayısı 2 milyon. Bu bilgilerin bir çünküsü var. Carol Dyhouse'un yolculuğunda kendimize bir yer bulmak ve onu bu arayışa iten sebeplere ışık tutmak istencinin yansımaları... Zira kitabın başarısı, insanda bu merak duygusunu tetikliyor. Yazar, bugün içinde bulunduğumuz "ben çağı"ndaki insanların ve özellikle de kadınların sosyal medya ve birçok mecradaki gösteriş tutkusundan yola çıkarak, bu toplumsal takıntının geçmişine ışık tutuyor. Peki bu ilişki ne yönlü?

Dyhouse bu ilişkinin yönünü çift taraflı olarak tartışıyor. Hollywood'daki köklerinden günümüzdeki standart güzellik arayışlarına kadar kadınların hem güçlendirildiğini hem de tüketim kültürünün sömürüsü altında kaldığını söylüyor. Bu da yazarın feminist

bakışını ortaya koyuyor. Zira feminist bakışa göre tüketim, kadın zevkine endeksli bir aktivitedir. Diğer bir ifadeyle, kadınların metalara duyduğu arzu, feministler tarafından meşru bir kusur olarak okunur. Nitekim Dyhouse'un kitabındaki tüm örnekler de bu bakış açısını besleyen türdendir. Akla gelebilecek bütün kusurları örten kozmetik ürünlerden tutun da kendilerini muhteşem gösterecek her türlü meta, erotizm içerikli bir gösteriş stratejisi ile kadınlardaki tüketim arzusunu tetikleme amacı taşımaktadır. Buna bir de gösterişli kadının gücünün sürekli işlendiği Hollywood senaryolarını eklediğimizde, bahsedilen argümanın hiç de yersiz olmadığı gözler önüne seriliyor. Hikâyeler her zaman mutlu sonla bitmese de illüzyon bugün dahi devam ediyor. Kadınların 1920'lerde başlayan özgürleşme ve sosyal mobilité talepleri zamanla şekil değiştirse de pergelin bir ayağı hep aynı iddiada; "Kadınlar hâlâ dış görünümlerine yatırım yapmaktan erkeklere kıyasla daha fazla kazanım sağlamaya devam ediyorlar." (s.210). Öyle ya alışveriş merkezleri, kadınların üretmektense tüketmeye sevk edilerek, bir tüketici olarak moderniteye hizmet eden, moda ve onun getirdiği yaşam biçimlerine aşinalık kazanmasına zemin hazırlayan kamusal alanlar olarak çoğaldıkça çoğalıyor.

Akademik bir çalışma olduğunu kanıtlayacak derinlikte arşiv çalışması ve referans bilgisine sahip bir eser yazan Carol Dyhouse üslubuyla, didaktik ve indirgemeci dilden oldukça uzak. Bu sayede metin; bir düzine reklam broşürü, eski magazinlerden illüstrasyonlar, Hollywood film sanatçılarının en gösterişli resimleriyle süslenmiş sayfaların arasında ilerlerken yazarın son derece akıcı, sürükleyici ve sade diliyle destekleniyor.

Kitap, bugün kilo takıntısı, instagram filtreleri, sağlıklı beslenme, makyaj ve estetik gibi kaygıları günlük hayatının önemli bir parçası haline getirmiş tüm kadınların sahte bilinçlerine gerçek bir farkındalık hali öneriyor. Gösteriş iyi görünmekle olduğu kadar özgüven, saygı ve kabul edilmekle de alakalı. Tüm bunlar bize kimden ve nereden miras sorusunun cevabı ise net; izlediğimiz filmler, okuduğumuz dergiler, takip ettiğimiz influencer'lar... Hepsi -belki daha

fazlası- güzel ve cazip görünmek üzerine kurulan sahte bir kimlik ile tüketimi devam ettirmek amaçlı. Kadınlar eğitim ve çalışma hayatında daha fazla özgüven elde etmeye başladılar ve daha fazla para ve statü kazanıyorlar. Ama bu durum görünümlerine daha az yatırım yapmalarını sağlamıyor. O halde kadınlar kendilerini kanıtlamak yahut saygı görmek için hâlâ görünümlerinden destek alma ihtiyacı hissediyorlar. Durum böyle iken gösteriş cesaret mi esaret mi? Bunu okurlara bırakıyorum.