

Madonna'nın Feminizmi: Postmodern Bir Kimlik Sorunsalı

Çağlar Özbek

Araş. Gör.

Muğla Üniversitesi

Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü

E-posta: caglar@mu.edu.tr

Özet: Popüler kültür ve popüler kültürün üretim süreci, toplumsal yapının siyasal, ekonomik ve sosyal göstergeleriyle yakından ilişkilidir. Postmodernizmin sosyal bir teori olarak ortaya çıkışı, popüler kültürün üretim süreci üzerinde de oldukça etkili olmuştur. Postmodernizm ve popüler kültür ilişkisi, popüler kültür metinleri için başat değerde olan ikonlar üzerinde ve kadın imgesinin bu metinlerdeki görüngülerinde esas şeklini bulmaktadır. Popüler kültür metinlerindeki kimlik biçimleri, postmodern bir kimlik tanımlamasını da beraberinde getirmektedir. Bu çalışma, popüler kültür çalışmalarında postmodern kimliğin önemli bir temsili olan Madonna üzerinden bir kimlik analizini içermektedir. Madonna'nın postmodern feminizmin bir temsilcisi mi yoksa kapitalist sistemin "üret-tüket" siyasetinin bir savunucusu mu olup olmadığı sorunsalı üzerinden yürütülen tartışma, popüler kültür metinlerinde postmodern kimliğin görünürlüğüne belirlemeyi hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Popüler kültür, postmodernizm, postmodern kimlik, Madonna

The Feminism of Madonna: A Postmodern Identity Dilemma

Abstract: Popular culture and process of production of popular culture, has a close relationship with social structure's economic and social indicators. Emergence of postmodernism as a social theory has a strong effect on production of popular culture. Relationship between Postmodernism and popular culture gains its core configuration on icons that are dominant for popular culture texts and on phenomenon of women image. Forms of identity on popular culture texts require a definition of postmodern identity. This study includes an identity analysis of Madonna, who is a significant representative of postmodern identity. Discussion in this paper, which was carried on the problematic of Madonna as a representative of postmodern feminism or a defender of "produce- consume" policy, intends to determine visibility of postmodern identity at popular culture texts.

Keywords: Popular culture, postmodernism, postmodern identity, Madonna

“Popüler kültür gündelik yaşamın kültürüdür. Dar anlamıyla, emeğin gündelik olarak yeniden üretilmesinin bir girdisi olarak eğlenceyi içerir. Geniş anlamıyla, belirli bir yaşam tarzının ideolojik olarak yeniden üretilmesinin önkoşullarını sağlar” (Oktay, 2002: 15).

Popüler(leşen) Kültür

Türkiye’de özellikle 1980 sonrası dönemde kültür ve iletişim çalışmaları kapsamında inceleme konusu haline gelen “popüler kültür” olgusu, kavramın doğduğu yer olan A.B.D. ve Batı Avrupa ülkelerinde daha uzun bir tartışma geçmişine sahiptir. Bu kavramın popülerleşmesi ve yoğun bir şekilde tartışma zemini bulması, 1970’li yıllarda tüm dünya ülkelerinde gözlenen ekonomik krizin ardından oluşan “yeni düzen” üzerinde temellenmiştir. Ekonomik koşulların yanı sıra kültürel alanın alanına da değişim süreçlerini yaşatarak etkide bulunan popüler kültür olgusu, salt kültürel ekseninde tartışılmayacak derecede önemlidir.

Küreselleşmenin ve neo-liberal politikaların yoğun bir şekilde hissedilmeye başlandığı yıllar olan 1980’li yıllar, Türkiye’de birçok anlamda değişimin gerçekleşmesini gerekli kılmış, bu değişim süreci kültür alanına da etkide bulunmuştur. Özellikle kitle iletişim araçlarının yaygınlık kazanması, televizyonun hayatımıza hızlı bir şekilde girmiş olması, internet ağının dünya üzerindeki bilgiye erişimi dönüştürme etkisi, gündelik pratiklerimiz ve eylemlerimiz üzerinde de değişime neden olmuştur. Konuya Türkiye özelinden bakıldığında:

“...Küreselleşme paradoksal olarak yerel kimliklerin ortaya çıkmasını körüklemişti. 1980’lerin ilk yıllarında Türkiye’de benimsenen liberal ekonomik siyaset, rotasını kültürel entegrasyona yönelmişti. Bu süreç Türkiye’deki insanların CNN ve BBC gibi global televizyon kanallarına erişmesiyle hızlandı. Buna ek olarak, Türkiye’de çeşitli televizyon kanallarının yayına başlaması, monolitik Türk kimliğini ayakta tutma görevini üstlenen resmi Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu’nun önemini azalttı” (Kadioğlu, 1999: 49-50).

Popüler kültür metinlerinin ve bu metinlerin sergilendiği araçların toplumsal anlamda kimlikler üzerinde de oldukça önemli etkileri olduğu gerçeği, konunun salt kültürel alanda değil farklı birçok faktörle değerlendirilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Kadioğlu’nun da bahsettiği bu hızlı değişim süreci, popüler kültür metinlerinin de yoğun bir şekilde üretimi ve tüketimini gerekli kılmıştır. Popüler kültürün üretim sürecinde ortaya çıkan metalar, piyasa mantığının yoğun bir şekilde

hissedildiği kapitalist ülkelerde, geniş kitlelere hitap etmek suretiyle alınıp satılmaktadırlar. Üret-tüket sisteminin temel alındığı popüler kültürün yaratım sürecinin gerçekleştiği yer de zaten bu ülkelerdir. Ancak tüm dünyaya nüfuz etmiş olan popüler kültür ürünleri, diğer dünya ülkelerinde (az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler) yerel versiyonlarıyla tüketilme eğilimi göstermektedirler. Ülkemizde de birçok örneğine rastlayabileceğimiz bu durum özellikle medyadaki yansımaları anlamında dikkat çekicidir.

Popüler kültürün genel karakterini tanımlayan Erdoğan (2004), olgunun mevcut işleyişi hakkında önemli saptamalarda bulunmaktadır. Erdoğan'a göre popüler kültür:

1. Formüller ve tekrarlarla standartlaşmıştır,
2. Daha çok dileklerin gerçekleşmesini (fantezileri) ön plana çıkarır,
3. Sistemin ve pazarın çıkarına ise (moda, soda, yiyecek, içecek, eğlence) kolektifliği destekler; çıkarına karşysa (örneğin işsizlik, grevler, ücret sorunu) bireyselliği vurgular,
4. Ahlak ve resmi sansür karşısında risk almaz, çünkü amaca ulaşmak bu tür riski dışlar,
5. Halk/folk kültüründen farklı olarak, popüler kültür onu kullanan toplum tarafından üretilen kültürel kaynaklardan oluşmaz,
6. Sadece ürün tüketilmez aynı zamanda insanın kendisiyle ve başkalarıyla olan ilişkisel anlamlar tüketilir ve üretilir ("Marlboro" zehrinin tüketimiyle, "Samsun" zehrinin tüketiminin tükettiği ve ürettiği ilişkisel anlamlar farklıdır: Örneğin, kişisel ve sosyal statü ve sınıfsal farklılıklar üretilir),
7. Yaratılan duyarlılık ve duygusalılıklarla burjuva üretim ve yaşam tarzı yüceltilir ve idealleştirilir,
8. Gösteriş ve imajlar/görüntüler özün üstüne çökertilir, önüne geçirilir (Erdoğan, 2004: 75).

Yukarıda sıralanan özelliklerin tamamı, popüler kültür olgusunun diğer kültür sınıflandırmaları (yüksek kültür, alt kültür, halk kültürü gibi) içerisinde nerede durduğunu açıkça göstermektedir. Sınıfsal farklılıkların yeniden üretildiği bir alan olarak popüler kültür özellikle kimlikler üzerinden yürüttüğü siyaseti gün geçtikçe pekiştirmekte, farklılaşarak çoğalan kimliklere ayrı bir vurgu yapmaktadır. Görüntünün ve imajların merkeze oturduğu bu süreç, kapitalist sistem, küreselleşme (neo-liberal politikalar çerçevesinde piyasa mantığını kültürün temelini oturtan da bu sistemlerdir) ve son 30 yılın sosyal bilim tartışmalarına damgasını vuran postmodernizm tarafından da yoğun destek görmektedir:

"Video, etkileşimli ekran, multimedya, internet, sanal gerçeklik: Karşılıklı etkileşim bizi her yandan tehdit ediyor. Her yerde mesafeler birbirine karışıyor, her yerde mesafe ortadan kaldırılıyor: Cinsiyetler arasında, zıt kutuplar arasında, sahneyle salon arasında, eylemin başkahramanları

arasında, özneye nesne arasında, gerçeğe gerçeğin sureti arasında bir mesafe yok artık. Bu kavram kargaşası, zıt kutupların bu çatışması, olası değer yargısının artık hiçbir yerde olmadığını ortaya koyuyor: Ne sanatta, ne ahlakta, ne de politikada. Mesafenin ortadan kaldırılmasıyla, "mesafe pathos"unun ortadan kaldırılmasıyla her şey, üzerine karar verilemez bir duruma bürünüyor" (Baudrillard, 2001: 129).

Popüler kültür metinlerinde var olan bu "kimlikler siyaseti" içinde en dikkat çekici ve en çok tartışma yaratan alanı olarak "kadın" kimliği karşımıza çıkmaktadır. Kadın kimliğinin metinlerde ne şekilde kullanıldığı, kadın bedeni üzerinde kurgulanan eril zihniyetle yakından ilişkilidir.

Popüler Kültür Metinlerinde "Kadın" İmgesi

Popüler kültür çalışmalarında dikkat çeken ve bu çalışmanın ana eksenini oluşturan konu ise bir toplumsal cinsiyet kategorisi olarak "kadın"ın popüler kültür metinlerinde nasıl kurgulandığına ilişkin sorundur. Kadının popüler kültür ürünlerinde ve metinlerinde sıklıkla ikincil planda gösteriliyor oluşu, kadın imgelerinin salt cinsellik temelli (beden eksenli) sergileniyor oluşu feminist kültür kuramcıları tarafından sıklıkla eleştirilen konulardan biri olmaktadır. Kitle iletişim araçlarının da desteklediği bu süreç, kadın imgesinin bu metinlerde cinsellikle yani bedenle eşdeğer tutulmasından kaynaklanmaktadır. "Feminist eleştiri, kitle iletişim araçlarını kadın ve kadınlık hakkında cinsiyetçi, ataerkil ve hegemonik değerleri kuran ve yeniden üreten, erkek egemen toplumsal kontrolün temel araçları olma noktasında eleştirmektedir" (Timisi, 1997: 25). Yapılan çalışmaların tarihsel gelişimi incelendiğinde, 1960'lı yıllarda kadının ev içindeki işlevi vurgulanırken, iş hayatında kadının zorluklarla karşılaşan, cinsel tacize maruz kalan olarak nitelendirilmesi dikkat çekmektedir. Kadına "anne, eş, evin düzeni ile ilgilenen" gibi "özel" roller yüklenirken, erkek, ev dışındaki tüm işlerle ilgilenen yani "kamusal" olarak yansıtılmaktadır. Kamusal ve özel alan ayrımında ortaya çıkan mekânın cinsiyetler arası farklılaşması, kadının bir özne olarak kimliği hakkında önemli ipuçları vermektedir. Kamusal ve özel ayrımı konusunda, kamusalın erkeklere özeline ise kadınlara has alanlar olduğunu net çizgilerle belirlemek elbette tartışmalıdır. "Kadınların özel alana kapatılmış kurbanlar oldukları doğru değil ancak onların kamusal güçlerinin erkeklerinkiyle eşdeğer olmadığı da açıktır" (Bora, 2004: 534). Bu ve benzeri tartışmalar, popüler kültürde kadın imgesinin kullanılış biçimi, feminist eleştirmenleri ve feminist kültür kuramcıları da dâhil olmak üzere sosyal bilimler alanında sıkça tartışma konusu haline gelmektedir.

Temelde popüler kültür tartışmalarının odağını ataerkil yapının ve eril zihniyetin oluşturuyor oluşu, mevcut sistemin en çok eleştiri alan konularından biridir. "İletişim alanında popüler kültür tartışmaları olarak nitelenen tartışmalar, feminist bakış açısından iki nedenden dolayı sorumludur: Birincisi, temel tartışmacılar arasında kadın yoktur ve ikincisi,

toplumsal iktidarın çözümlenmelerini yapan tartışmalar ataerkil toplum üzerine odaklanmayarak feminist kuramsal çözümlenmeyi dışlarlar" (Rakow, 1995: 15). Feminist kuramcılar popüler kültür metinlerinde kadın imgesinin kullanılış biçiminden daha çok kültürün üretim sürecinde de ataerkil yapının belirleyici konumundan duydukları rahatsızlıkları dile getirmektedirler. Bunu birincil sorun olarak kabul eden eleştirmenler, ikinci olarak ise kadının bahsettiğimiz metinlerde hangi şekillerde kullanıldığını belirterek, kadının ikincilleştirilmesi sorununa değinmektedirler. Tüm bu tartışmaların yanında, kadınların popüler kültürle ve onun metinleriyle olan ilişkisi de önem teşkil etmektedir. Yapılan araştırmalarda kadınların ev içinde erkeklerden daha fazla vakit geçirmesi, özel alanın kadınlara kamusal alanın erkeklere ait olduğunu belirten hâkim görüş, kadınların çalışma hayatına erkeklere oranla daha düşük katılımı gibi nedenlerden dolayı popüler kültürün içinde kadınların erkeklere oranla daha fazla buldukları tespit edilmiştir. Dolayısıyla (özellikle son 20 yıldır Türkiye'de gözlemlenebilen bir durum olarak) kadınların popüler kültürün en yaygın olarak üretildiği televizyonla olan ilişkileri de farklı bir boyutta bulunmaktadır. Televizyon ve radyo gibi kitle iletişim araçları kadınlar tarafından serbest zaman etkinliklerinin araçları olarak değil gündelik hayatlarının ayrılmaz bir parçası olarak konumlandırılmaktadır (Hobson, 1995: 147). Popüler kültürle ilgilenen feministler, beraberinde daha derinlikli toplumsal çözümlenme ve siyasal gündem taşıyan değişik kuramsal konumlardan hareket etmektedirler... Feministler, popüler kültürün ataerkil toplumda bir rolü olduğunu ve bu rolün kuramsal çözümlenmesinin süre giden tartışmalarda önemli bir konumda bulunduğunu söylüyorlar (Rakow, 1995: 37).

Popüler kültürün kitle iletişimi alanında en büyük destekçisi olan televizyon da kadın imgesinin ne şekilde kullanıldığı ile ilgili önemli bilgiler vermektedir. Kadının cinsel bir meta olarak yansıtılması, kadını salt beden ekseninde ele alması bakımından televizyon, bu süreci daha da hızlandırmaktadır. Kadın bedeni medyada, cinselliği çağrıştıran, erkeklerin kullanımına sunularak ikincilleştirilen ya da sadece ev içinde ailenin bir temsilcisi olarak sunulurken, ataerkil yapının etkilerini daha da pekiştirmek görevini üstlenmektedir.

Tüm dünya ülkelerinde popüler kültür üretiminin "beyaz erkekler" tarafından üstlenildiği gerçeği, mevcut ataerkil yapının basit bir göstergesidir ve bu durum, kadının popüler kültür metinlerinde kullanımını da ataerkil bakış açısıyla şekillendirmektedir. Türkiye gibi merkez kaynaklı popüler kültürün yerel versiyonlarıyla tüketildiği ülkelerde de aynı durum gözlenmektedir. Televizyon programlarında "güzel ve alımlı" kadın imgesinin seçilmesi, magazin ve eğlence programlarında kadın cinselliğine vurgu yapılması gibi durumlar bu duruma örnek olarak gösterilebilir.

Postmodernizmin Kimlik Sorunsalı

"...postmodernizmin büyük anlatıların sonunu salık veren eleştirel buyruğu, dünün toplumunun ve birçok anlamda toplumsal bağın temelinde yatan güç/bilgi, hakikat ve otoriteden vazgeçme için bir çağrıdır" (Jenks, 2007: 17).

Postmodernizmi, modernizmin tarihsel anlamda bir sonraki evresi olarak algılamak yaygın bir görüş olarak karşımıza çıkmaktadır. Postmodernizm özellikle günümüzde, küreselleşme, medya, kitle iletişim araçları, sanat, popüler kültür alanında yapılan çalışmaların yoğunluk kazanması ile birlikte daha da önem kazanmıştır. Modernist sanat biçimleri ve pratiklerinden koptuğu iddia edilen bir dizi kültürel yapıyı tanımlayan, Fransa'da sanat alanında ve Amerika'da mimarideki son gelişmeleri anlatmak üzere ortaya çıkan bu kavram giderek diğer sosyal bilimler disiplinlerinde, edebiyatta, müzikte, mühendislikte ve hatta tıpta bile yaygınlık kazanmaktadır (Kellner, 1994: 227; Sallan ve Boybeyi, 1994: 313).

Modernizm ve onun egemen olduğu tarihsel dönem, aydınlanma projesinin etkinleştirilmeye çalışıldığı dönemdir. Aydınlanma projesi, en genel anlamıyla insanlar arasındaki din, kültür, ırk, vb. kaynaklı farklılıkların değil, benzerliklerin peşinde koşmaktadır. Dünyanın ve toplumun bir bütün olarak ve kuşkusuz ussal temeller üzerinde yeniden yapılandırılmasını öngörür. Postmodern dünyada ise vurgu fantastikleştirme yeteneğine yapılır, hayal gücü ve gerçeklik birbirine kavuşur (Murphy, 2000: 140).

"... modernist kimliğin başlıca kaynağı tecrübedir. Aile ve toplumsal sınıfın gerilemesiyle, kimlikler bir kuşağın içindeki eşanlılık tarafından onaylanır. Giderek artan sayıda başka insanlarla girdiğimiz birçok etkileşimimiz, çok katlı hale gelmiş öz tecrübelerimiz -kişinin yerine getirdiği işlevsel rollerin sayısı ile ayrılması yönündeki modernist tutumla- hakkındaki bilgi ve tecrübemiz duyarlılığımızı dolaysızlık, etkilenim ve duyguya açık kılıyor" (Lash, 1994: 51).

Dolayısıyla modern dönemde kimliğin toplumsalın alanında yer aldığı görülmektedir. Modern ve geleneksel toplumlarda kimlik farklılaşmamıştır. "Modern öncesi toplumlarda kimlik, ne bir sorunsaldı, ne de bir eleştiri ya da tartışma konusuydu" (Kellner, 2004: 187). Bu dönemde toplumsal tabaka kimliğinin daha göz önünde olduğu, burjuva, serf gibi toplumsal sınıfların egemen olduğu söylenebilir. Dolayısıyla kimlik, bu sınıfsal tabakalar üzerinden kendini tanımlamaktadır. Ancak daha önce de belirtildiği gibi, modernitede kimlik, toplumsalın alanında yer almaya ve kendini "öteki" bağlantılı ifade etmeye başlamıştır. Modern öncesi dönemin tersine "modernitede kimlik oldukça devingen, çok katlı, kişisel, öz düşünümsel, değişime ve yeniliklere açık bir hale gelmektedir" (Kellner, 2004: 187). Modernizmin oturmuş ve çok katlı kimliği kendini bu dönemde, ulusal üst kimlikler üzerinden ifade etmeye

çalışmaktadır. Bir ulus-devlete aidiyeti belirleyen vatandaşlık ve benzeri kimlikler bu dönemin belirleyicilerindedir.

Toplumsal cinsiyetin bir kimlik olarak inşa edilmesi de modern dönemin kimliğinin oluşturulmasında önemlidir. Toplumsal cinsiyet olgusunun yorumlanması bu dönemin kimliklerinde "kadın" ve "erkek" olmanın üzerinde yoğunlaşırken, toplumsal anlamda da "anne" ve "baba" olabilmek önem kazanmaktadır:

"Oğlan ya da kız doğulur ama nasıl erkek ya da kadın olunur? Geleneksel toplumlarda genellikle evlilik konumu ve çocuk sahibi olma olgusuyla. Erkek ve kadın, yalnızca doğuştan gelen özelliklerle değil, baba ya da anne olabilmeleri ya da olmaları olgusuyla da tanımlanmıştır. Bu ilke günümüzde şaşırtıcı geliyor bize, ama çağdaş Batı toplumlarında bile, çocuk sahibi olmak ya da olmamak bir cinsiyete ait olma duygusu içinde önemli bir rol oynar. Nasıl "sınıf bilinci"nden söz ediliyorsa, dölleme deneyine, dahası "cinsellik" deneyine eşlik eden öyle bir "cinsiyet bilinci" de vardır" (Agacinski, 1998: 79).

Agacinski'nin de belirttiği gibi, modern dönemi yaşayan geleneksel toplumlarda bireyler, kendilerini ve cinsiyetlerini, "anne" ya da "baba" olmak üzerinden tanımlamaktadırlar. Dolayısıyla "aile" kavramı da bu dönemde önem kazanan ve üzerine yoğun bir biçimde anlam yüklenen bir olgu haline gelmektedir. Modern dönemde bu şekilde inşa edilen kimlik, bir bunalım yaşamaktan uzak, kesin çizgilerle kendi sınırlarını çizmiş bulunmaktadır.

Modern kimlikteki durağanlığın, aksine postmodern kimlik "çok değişken" ve "istikrarsız" bir noktada durmaktadır. Bu durum, dönemin özellikleri ile ilişkilendirilince konu daha da anlaşılır hale gelmektedir. 1980 sonrası dönemde sıkça tartışma konusu haline getirilen ve yoğun olarak bu dönemin "postmodern çağ" olarak algılanması, kimliklerin de bir dönüşüm geçirmesine neden olmuştur. Örneğin modern kimliğin kamusal alanda inşa edildiği, buna karşılık postmodern kimliğin ise daha çok özel alanın içinde olduğu belirtilmektedir. Örneğin bir yaklaşıma göre postmodernistler, postmodernizmin ve dolayısıyla popüler kültürün moderne alternatif olarak bireye yeni kültürel kimlikler kazandırdığını ileri sürerler. Modern dönemin bütüncül, evrensel değerlere sahip, tutarlı ve rasyonel bireyine karşı, postmodern dönemin ve popüler kültürün bireyi farklı kimliklere yaşama şansı verirler (Erbaş ve Sallan Gül, 2001: 219).

Postmodern kimliğin istikrarsız yapısı, tüketime açık olup, kapitalist sistemin yegâne özelliğini yerine getirmede ustaca bir tutum sergilemektedir. Böylece "postmodern kimlik, daha çok boş zaman ve tüketim imajlarından inşa edilmeye yönelmek ve çok daha değişken ve değişime açık olmak eğilimindedir" (Kellner, 2004: 200). Postmodern kimliğin popüler kültür metinlerinde örneklerinin sıklıkla sergileniyor oluşu, tüketim kültürüyle yakın ilişkisinden kaynaklanmaktadır. Gans (2005)'a göre, zenci orta sınıfının satın alma gücünün artması, kadınların sosyal statülerindeki değişimi ve gay

kültürünün görünür hale gelmesi ve tüketime açık olması, popüler kültür metinlerinde bu kimliklerin "ortaya çıkışı"nı kolaylaştırmaktadır (2005: 35-37). Şu haliyle postmodern kimlik, imajlar, görüntüler ve yoğun tüketime dayanan boş zaman faaliyetleri çerçevesinde oluşmaktadır.

Böylece postmodern kültürde özne aşırı mutluluk ve coşku yoğunluklarının oynaklığına kapılarak, çözüldü, parçalandı, bağlantısızlaştı ve merkezleşen postmodern benlik (histeri tipik postmodern psikişik hastalık haline geldiği için) artık endişe yaşamıyor ve o en derinliği, tözselliği ve modern benliğin ara sıra ulaşabildiği, ideal tutarlılığını artık yitiriyor (Jameson, 1983 ve 1984). Postmodern kuramcılara göre öznel kitlelerin içine patladığı, bu parçalanmış, kopuk ve süresiz tecrübe biçimi postmodern kültürün, hem öznel deneyimlerinin, hem de metinlerinin çok temel bir özelliğidir (Kellner, 2004: 190).

Postmodern kimliğin inşa sürecinde ortaya çıkan üç önemli belirleyici unsurdan söz etmek mümkündür. Bunlar: "*ırk, etnisite ve cinsiyet*"tir. Bu üç öge postmodern kimliğin oluşumunda önemli bir yere sahiptirler. Etnik kimliklere ve ırksal özelliklere verilen önemin, postmodern kimliğin çok renkli, istikrarsız, değişken ve çok katlı yapısının oluşmasında büyük payı bulunmaktadır. Toplumsal cinsiyet ise, modern kimliğin aksine farklılaşmış ve tercihler anlamında yeniden yorumlanmaya başlanmıştır. Postmodernizmin ve teorisinin toplumsal cinsiyete en önemli katkısı, ona politik bir biçim kazandırması olmuştur (Ashenden, 1997: 57). Toplumsal cinsiyetin ve cinselliğin, aile kurumundan çıkıp (modern kimliktekinin tersi bir biçimde) daha farklı alanlarda yorumlanma süreci de postmodernizmin ve onun kimliklerinin getirdiği "yenilik" ve "özgürlüklerden" kabul edilmektedir.

Ne olursa olsun, bizi arzu nesnelere sınıflamasından genel öznel sınıflamasına geçiren ve bugün bireysel, hatta topluluklara ilişkin kimlik sorunları ortaya çıkararak, bu anlam kaymasına gerektiği kadar dikkat edilmiyor. Bu kaymanın sonuçlarından biri, bireylerin yeni bir cinsel sınıflamasını yapmak olmuştur; bu sınıflama, bireylerin cinsiyetleriyle değil, zevkleriyle ilgilenir ve bireyi değişmeyen ve kesin bir belirleme içine hapseder (Agacinski, 1998: 85).

Bu noktada postmodernizm ve popüler kültür nasıl ilişkilendirilmektedir? Öncelikle bu iki olgunun tartışma zemini bulunduğu tarihsel dönemler aynıdır. Hem postmodernizm hem de popüler kültür tartışmaları özellikle 1980 sonrası dönemde yaygınlık kazanmıştır. Postmodernizmi bir bakış açısı, yaklaşım ya da teori olarak ele aldığımızda, popüler kültür için zemin hazırlayan bir kavram karşımıza çıkmaktadır. Zira araştırmacılar genel anlamda postmodernizmi, popüler kültür için bir hazırlayıcı, onun gelişmesi için bir ön koşul olarak kabul etmektedirler.

Tüm bu kimlik tartışmaları, postmodernizm-popüler kültür ilişkisi dâhilinde Madonna, bir popüler kültür metası olması, postmodern kimliğin temel unsurlarını (etnisite, ırk ve cinsiyet) metinlerinde sıklıkla işlemesi ve

kendi bedenini özgürce kullanması nedeniyle hem popüler kültür ve postmodernist kültür hem de feminist kültür kuramcıları tarafından araştırma konusu haline getirilmektedir. Bir popüler kültür metinler dizisi haline gelen "Madonna'nın feminizmi" tüm bu faktörler çerçevesinde değerlendirilmelidir.

Madonna: Kapitalizmin Oyuncak Bebeği? Postmodern Bir Feminist?

"Madonna'nın kansız bir savaşa karıştığını düşünüyorum. Onun savaşı cinsel temsil sahasında yapılan bir 'cinsiyet savaşı'dır" (Schwichtenberg, 1995: 176).

Postmodern kimliğin popüler kültür siyaseti içerisinde ayrı bir önem taşıdığı görülmektedir. Çok katlı ve çelişkili kimlik, popüler kültür ürünleri için oldukça uygun bir yapıdadır. Görünüş ve imajların önemli bir yer tuttuğu postmodern kimlik, popüler kültür metinleri için zengin bir sermaye oluşturmakta, ticari başarı da bu sayede pekiştirilmektedir. "Postmodern kuramların pek çoğu kimliğin içe patlama ve öznenin parçalanma yeri olarak popüler kültüre ayrıcalıklı bir yer verir ancak popüler kültüre ilişkin, bu bakış açısıyla yapılmış pek az sistematik çalışma vardır" (Kellner, 2004: 190). Popüler kültür içinde yer alan metalaşmış kimliklere dikkat edildiğinde, postmodernizmi ve onun belirsiz, sınırsız kurallarını sıkça kullandıkları gözlemlenmektedir. Bir popüler kültür metni olarak incelenebilecek olan Madonna, bu ayrıcalıklı konumu üzerinden işlenmektedir. Madonna, popüler kültür tarihinin en önemli ikonlarından biri sayılmaktadır. Metalaşma özelliği ile piyasa kurallarını en iyi şekilde kullanarak, postmodern kimliğin bu konudaki en önemli temsilcilerinden biri olmuştur.

Popüler kültür olgusunun en önemli işlevlerinden birinin de kitleleri etkileyen, meta değeri taşıyan ikonların oluşturulması olduğu bilinmektedir. İşte bu noktada popüler kültürün tartışmalı tarihinin en önemli ikonlarından olan Madonna karşımıza çıkmaktadır. Profesyonel olarak 1982 yılında sahneye çıkışından bugüne kadar sayısız sansasyona imza atan Madonna¹, aşklarından albümlerine, aile hayatından video kliplerine, inandığı mistik öğretilerden çocuklarına, yazmış olduğu kitaplara kadar yaklaşık 25 yıldır bu sahnede kapitalist piyasa kuralları dâhilinde her dönem zirvede kalmayı başarmıştır. Popüler kültür incelemelerine bakıldığında, Madonna'nın tam anlamıyla bir araştırma konusu olduğu gerçeği karşımıza çıkmaktadır. Sahip olduğu isim altında barındırdığı birbirinden farklı çok sayıda kimlik, O'nu incelenmesi gereken bir meta haline getirmektedir.

Zizek (2005)'in postmodernizme ve popüler kültür metinlerine referans vererek sorduğu "gerçeklik ne kadar gerçektir?" sorusu, sosyal bilimcilerin Madonna özelinde cevabını aradıkları bir soru haline gelmektedir: "Bir tüketim nesnesi olarak popüler kültürün hizmetine sunulan ve bu konuda oldukça

¹ Madonna ile ayrıntılı bir biyografi için bkz: Taraborelli, 2001.

başarılı olan Madonna'nın, gerçek kimliği hangisidir ve bu kimlik(ler) ne kadar gerçektir?" Kapitalist sistemin piyasa mekanizması göz önünde bulundurulduğunda bu sorunun yanıtı "hepsi" ve "hiçbiri" olarak belirlenmektedir. Ya da Baudrillard (2003)'a atıfla Madonna bir simülasyondur.² O'nun kimliği bir hipergerçekliği yansıtmaktadır.

Madonna, önemli büyüklükteki bir kitleyi arkasında bulundurmasının yanında araştırmacıların şiddetli bir biçimde eleştirilerine de tanık olmaktadır. Temelde Madonna'nın planladığı, dönemin kültürel ikonların kodlamalarını ödünç alıp üzerinde oynamak suretiyle, "geri yansıtmak"tır. Kariyerinin erken dönemlerinde Katoliklerin sembollerini (haç gibi), daha sonraki dönemlerde Marilyn Monroe'nun saç rengini ve gardırobunu kullanmış ve çağdaş kültürlerin önemli bir sistemi olan "yeniden kodlama"yı gerçekleştirmiştir.

Uzun yıllar feminist eleştirmenlerin de inceleme konusu yaptığı Madonna, özellikle cinsel imgeleri metinlerinde (videolarında, kitaplarında, canlı performanslarında, vb.) "yıkıcı" bir şekilde kullanması nedeniyle eleştirilmektedir. Bu noktada, "feminist eleştiriyi en fazla rahatsız eden şey belki de Madonna'nın sahicilikten, bütünlükten ve sabit kategorilerden yoksun bir postmodernizm elçisi olarak feminizmin fazlasıyla modernist olan temel eğilimlerine meydan okumasıdır" (Schwichtenberg, 1995: 176). Madonna, toplumsal alanda gizli olarak tabir edilen her şeyi gözler önüne sererek kitleleri tepki vermeye zorlamaktadır.

Feminist eleştirmen şu soruları sorabilir: 'Dişi bedeni nedir? Ne işe yarar, kimin içindir?' Ve bunları takiben, feminist kültür eleştirmeni de şunları sorabilir: Madonna, gizli kalmayı tercih eden bir güç eksenini sarsıp dağıtmayı, kendisini tamamen beden (*all body*) eksenini boyunca yapılandırması sayesinde mi başarıyor? O gazete bayiiinin üst raflarına gizlenmiş olan her şeyi –seks, güç, pornografi, beden- indirip gözler önüne seriyor ve bizi tepki vermeye zorluyor. Madonna'nın bedenini örneğin, seks mahalli, dişilik hakikati ve ayrıca dişi benlik özelliği –ki bu, daha geleneksel bir şekilde içlerine yerleştiği düzenleyici söylemlerden oldukça özerk bir şekilde zevk verebilir ve verir- gibi sınıflandırıcı çizgiler üstüne kesin bir şekilde yerleştirmesiyle Madonna imgesi yıkıcı oluyor. Ticari çarklar aşırı cinsel imgelerle zaten bağlantılı (örneğin pop) ve rahatsız edici olma hakkına sahip olsalar da, bu imge, bu çarklar içinde rahatlıkla varlığını sürdüremeyecek kadar cinsellikle doludur. Kadını bedenle eşdeğer kılan temalciliği reddetmek yerine Braidotti, varsayımsal temalciliğin mahallerine yeniden girmemizi ve bunlara nüfuz etmemizi önerir (tıpkı Madonna gibi). Sınırları, o sınırlara geri dönerek keşfetmek en iyisidir (McRobbie, 1999: 103).

Popüler kültür çoğu zaman kural tanımazlığı ile övünse de aslında mevcut sistem içinde yoğun bir "eril" sansür mekanizması işlemektedir. Yazılı

² Baudrillard, bir köken ya da bir gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığıyla türetilmesi için "simülasyon" kavramsallaştırmasını kullanmaktadır (2003: 15-16).

olmayan kurallarla denetlenen bu sistem kendi iç mekanizmasını ürettiği fetişlerle oluştururken, aynı zamanda onların sınırsızlığına da belli sınırlar koyarak yenilenmektedir. Bir kültür kuramcısı olan McRobbie de Madonna'nın bu işleyişteki yerini belirlemektedir. Sahneye ilk çıktığı yıllarda "post-punk" ve "boy-toy" imajları ile giyim tarzından saç stiline, şarkı sözlerinden şovlarına kadar bütün ürettikleriyle özellikle genç kızlara bir rol model olan Madonna, daha sonraki yıllarda (özellikle 1990 sonrası dönem) cinsellik ve onun imgelerini yapı-bozumuna uğratarak farklı bir boyut kazanmıştır. Bu dönem metinlerinde (*In Bed With Madonna* belgeseli, *Sex* kitabı, *Justify My Love* videosu) kullandığı imgelerin tamamı eşcinsel kitlenin toplumsal cinsiyet politikalarını şekillendirmesi ve bir gay aktivizmi oluşturması anlamında önemlidir (Izod, 2001: 98). Kellner (1997: 149)'a göre Madonna'nın pazarlama stratejisinin başarısı oluşturduğu kitlesine yönelik geliştirdiği metinleriyle yakından ilişkilidir. Erken dönemdeki metinlerinde genç kızlar için rol model olan Madonna yine aynı şekilde Hispenikler, siyahlar, gay ve lezbiyen grupları için de politik anlamda bir temsilci konumuna gelmiştir. Aynı zamanda metinlerinde cinselliği abartılı bir şekilde öne çıkarması, toplumun gizli kalmasını tercih ettiği konuları farklı bir biçimde işlemesi, bu toplumsal söylemlerin tümüne bir karşı duruş olarak da değerlendirilmektedir.

"Çağdaş sanayi toplumunda pornografi, kadınlara cinsel saldırı, kadınların elde edilip sahiplenilmesi ve kullanımını olgularının erkekler tarafından erkekler için kar amacıyla toptan üretildiği endüstri dalıdır. Pornografi, kadının cinsel ve ekonomik eşitsizliğini kazanç elde etmek için sömürmektedir" (MacKinnon, 2003: 225).

Pornografinin kadın bedeni üzerinden yürüttüğü bu eşitsiz siyasete katkıda bulunması bakımından Madonna önemli eleştiriler almaktadır. Metinlerindeki pornografik öğeler, kimi zaman mevcut pornografiden daha etkili bulunmaktadır. Madonna'nın toplumsal cinsiyete (*gender*) olan vurgusu da buradan kaynaklanmaktadır.

"Madonna'nın seksi, bayağı bir pazarlama olgusu değil hiç kuşkusuz. Profesyonellik ve gösterişli bir yaşam biçiminin aslında anlatmak istediği, postmodern eğlence dünyasına geçişin, bu kültürel değişim sürecinin altını çizmek, bedenün kültürel alanda sağlanmış bağımsızlığını ve bedenün sahibinin bir objesi olmasının doğallığını vurgulamaktır (Wicke, 2006: 284).

Madonna'nın metinleri aracılığıyla vurgulamak istediği temel nokta, kadını cinsel bir meta olarak gören, sadece beden ekseninde değerlendiren toplumsal söylemlerin tümüne, bu söylemleri pratikte abartılı bir biçimde sunarak karşı çıkmak ve kitleleri de tepki vermesi için zorlamaktır.

Madonna'nın bahsettiğimiz farklı kimliklerinin arasında en dikkat çekici olanı O'nun cinsel kimliğidir. Cinselliği metinlerindeki vurgulayış biçimi, bu özelliği öne çıkarmasına yardımcı olmaktadır. Madonna'yı salt cinsiyet (*sex*)

bağlamında incelemek, O'nun toplumsal cinsiyet (*gender*) üzerindeki yorumlamalarını gözden kaçırmak anlamına gelmektedir. "Postmodern bir ürün olan Madonna, taklidi cinsel farklılığın oluşturucusu olarak görülen sabit toplumsal cinsiyet nosyonuna meydan okuyan biçimlerde stratejik olarak kullanır" (Schwichtenberg, 1995: 180). Bir kadının doğumundan itibaren öğrendiği en önemli konunun "nasıl kadın olunur" sorusu üzerine temellendiği, tek ve değişmez bir şekilde cinselliğin sadece bir türünün olduğu, onun da heteroseksüellik olduğu görüşü (Penelope, 1992: 73), Madonna'nın kendi cinsel kimliği ile ilgili olarak karşı duruş geliştirdiği konuların başında gelmektedir. Biseksüel kimliğinin yanında O'nun toplumsal cinsiyeti vurgulayışı, kadınlıkla erkeklik arasındaki çizgiyi bulanıklaştırmadaki ustalığında asıl şeklini bulmaktadır. Madonna bir androjendir.

Madonna bir metin olarak, hatta bir metinler dizisi olarak toplumsal dolaşıma girene dek tamamlanmamıştır. O'nun toplumsal cinsiyet politikası metinselliğinde değil, işlevselliğinde yatar. Madonna örnek bir popüler metindir, çünkü çelişkilerle doludur –kadın cinselliğinin ataerkil anlamlarını içerdiği gibi, bu anlamlara direnen, kendi cinselliğinin kendisine ait olduğunu, onu dilediği gibi kullanabileceğini, bunun için de erkek onayına ihtiyaç duymadığını belirten anlamları da içerir. O'nun metinselliği hem ataerkiyi hem de ataerkiye karşı kaygılı, istikrarsız bir gerilim içinde direnme biçimlerini gösterir. Madonna aşırıdır, apaçıktır; cinselleştirilmiş kadın bedeninin tüm normlarını aşar, çıplak göbeği aracılığıyla bunların apaçıklığını açığa vurur. Göbeğini cinselleştirmesi, ataerkinin kadın bedeninin belli kısımlarını erotikleştirmesine yönelik bir parodidir- O kuşkuculuğun kol gezdiği ataerkil bir metindir (Fiske, 1999: 154).

Feminist kültür kuramcılarının Madonna ile ilgili çelişkiye düştükleri ve karşı çıktıkları nokta da buradan kaynaklanmaktadır. Mevcut ataerkil yapının kadına yüklediği -hizmetçi, tanrıça, oyuncak, anne ve *femme fatale*- (Leclerc, 1992: 363) ve feministlerin yoğun bir biçimde karşı çıktıkları tüm anlamlandırmaları metinlerinde kullanması, ancak bunu yaparken de kendi bedenini ve cinselliğini kendi dilediği gibi kullanması büyük bir çelişkidir. Ancak O'nun metinlerinde yer alan bu ataerkil yorumlamalar, temelde bu yapıya bir karşı duruş niteliği taşımaktadır. Örneğin kendini çıplak bir şekilde yatağa zincirlerken (*Express Yourself* videosunda olduğu gibi), toplumsal anlamda kadına yüklenen bu anlama karşı duruşunu belirlemektedir.

Madonna'nın din olgusunu işleyiş biçimi ise ayrı bir inceleme konusu olabilecek nitelik taşımaktadır. Çocukluğunda aşırı ve baskıcı Katolik öğretilerle yetiştirilen Madonna İtalyan asıllı Katolik bir ailenin çocuğudur. Annesinin ölümünden sonra babasının bu baskıcı tutumuna karşı gelerek evden kaçan (evden kaçmasının bir nedeni ise babasının ikinci evliliğini yapmış olması olarak belirtilir) Madonna, daha sonra bu baskıcı öğretileri her fırsatta metinlerinde işleyerek gündem yaratmaktadır. Her şovunda "haç" objesini belirgin bir şekilde kullanması ve sık sık hiçbir dini benimsemediğini belirtmesi de aslında bir çelişki olarak karşımıza çıkmaktadır. 1990'lı yıllardan

sonra İslamiyet'le tanışan Madonna, Mevlana'nın Mesnevi isimli eserini okuyarak Doğu öğretileriyle de ilgilendiğini gösterir. Semazenleri farklı bir formata sokması, şarkılarını Arapça harflerle kliplerinde yeniden yazması ve ezanı çağrıştıran doğu vokallerini müziklerinde kullanması da bu yıllara rastlamaktadır. Birçok doğu öğretisiyle ilgilenmesinin yanında günümüzde mistik bir Yahudi öğretisi olarak bilinen 'Kabala' ile ilgilenmesi ise eleştirmenler tarafından hiç de şaşırtıcı bulunmamaktadır.

Özellikle dünyada ve ülkemizde gerçekleşen oluşumlar anlamında, 1980 sonrası dönem incelendiğinde, yoğun kapitalizmin hissedildiği, piyasalaşma mantığının oturmaya başladığı göz önünde bulundurulursa, bir "piyasa uzmanı" olarak Madonna'nın bu dönemde popülerlik kazanması anlaşılırdır. Aynı şekilde bu dönemde piyasaya sunulan onlarca ikon (Michael Jackson, Samantha Fox, George Michael, vb.) bulunmaktadır. Madonna'yı bu piyasa sistemi içerisinde sadece alınıp satılır bir tüketim nesnesi olarak algılamak, O'nun bulunduğu bu konumu tamamıyla hiçe saymak anlamına gelmektedir. Birçok kimliği tek çatı altında barındırırken, kitlenin bu farklılığı her dönemde nasıl kabullendiğinin de altını çizmek gerekmektedir. O'nun bu kimlikleri (post-punk, kutsal fahişe, kovboy, gotik geysa, boy-toy, Marilyn Monroe, anne, eş, dinsiz ama dindar, vb.) ne derece içselleştirdiği, kitleleri etkileme boyutuyla yakından ilişkilidir.

O'nun metinlerinin okunması sırasında ortaya çıkan farklılık, çelişki, eklektik yapı, cinselliğin kullanımı, ırk ve etnik kimliklere verilen önem, tam da postmodernizmin farklı kimliklere yaptığı vurgu ile pekişmektedir.

Postmodern kimlik, şu halde, rol yapma (role-playing) ve imaj oluşturmak suretiyle, sahnede oyun karakterlerini oynar gibi teatral biçimde kurulur. Modern kimliğin konumu, insanın mesleği, kamusal (ya da ailevi) alandaki işlevi etrafında oluşurken, postmodern kimlik, görünüşler, imajlar ve tüketime dayanan, boş zaman faaliyetleri çevresinde oluşur. Postmodern kimlik bir boş zaman ürünü iken ve oyuna kuralları bozmadan ama rakibin dikkatini dağıtıp sınırlendirerek oyunu kazanma sanatına dayanırken, modern kimlik kişinin kim olduğunu (meslek, aile, politik özdeşleşmeler, vb.) gösteren temel tercihleri içine alan ciddi bir mesele idi (Kellner, 2004: 199).

Modern kimlikteki durağanlığın ve netliğin tersine postmodern kimlik kendini her alandaki çelişkilerle, toplumsal cinsiyeti vurgulayışıyla, farklılığın yarattığı hazla tanımlamaktadır. Burada teorisyenler "modern beden" ve "postmodern beden" ayırımına da önem vermektedirler. "Korse ve süsten kurtulmuş, aynı zamanda diyet ve egzersiz içselleştirme yoluyla bedenine sürekli dikkat göstermek zorunda olan, 1920'lerin ince ve işlevsel kadın figürü yani modernist bedeni" (Connor, 2001: 281). Buna karşılık 1960'ların sonlarında ortaya çıkan eklektik moda anlayışı yani postmodernist bedeni. İşte bu noktada Madonna'yı postmodern kimlik (beden) çerçevesinde tanımlamak doğru olacaktır. Eril ve dişil öğeleri yeniden yorumlaması, bunu yaparken ataerkil düzenin imgelerini kullanması, etnik kimliklere (örneğin Hispanikler) ve azınlıklara, toplumun damgalanmış ve dezavantajlı gruplarına

verdiği önem ve destek, cinsellik ve pornografi gibi gizli kalması tercih edilen bir konuyu manşetlere taşıması, "Like a Prayer" videosunda boynunda haç ile kilise içinde zenci bir İsa figürü ile sevişmesi, vb. bunlara birer örnek olarak verilebilir. Bu noktada postmodernist rock ve pop videolarının feminizmi ilgilendiren içerimleri de bulunmaktadır. "Çünkü geleneksel gerçekçi biçimlerin parçalanması bazen uzlaşımsal cinsiyet rolü temsillerinin kadın imgelemi için yeni olanaklar açan bir yapıçözümü gerektirir" (Connor, 2001: 244). Dolayısıyla postmodernizm ve feminizmin kültürel ve siyasal bir akım olarak ortak hareketleri, grand teorilere karşı takındıkları ortak karşı duruş ve alternatif bir söylem üretme istekleri (Fraser ve Nicholson, 1994: 276), bu izm'lerin kimlikleri üzerinde de farklılaşmaya yol açmıştır.

Feminizm, genel anlamda kadınların özgürleşme hareketlerinden doğmuş bir politik-kültürel akım olarak tanımlanabilir. Temelde cinslerarası eşitsizliği reddeden bu görüş, kadının "insan" olmasından kaynaklı temel haklarını elde etme çabası olarak da yorumlanabilir.

"1968 sonrası Kadınların Özgürlük Hareketi'ni betimlemek için kullanılan bir terim olan 'ikinci dalga' feminizmin ortaya çıkışı hem kürtaj yasası, yasal ve finansal eşitlik talepleri etrafında hem de pornografi ve kadınlara yönelik cinsel şiddete karşı örgütlenen yeni politik gruplaşmalar ve kampanyalarla belirlenir" (Thornham, 2006: 31).

Kadın emeğinin ve cinselliğinin sömürülmesi, kapitalizmin kar sağlama dürtüsü ve kendisini yeniden üretmeye yönelik ihtiyacıyla ilintilidir (Connell, 1998: 63). Bu noktada kapitalist sistemin cinsiyetler arasındaki eşitsizliği keşfettiğini varsayanların yanında aslında kapitalizmin bu eşitsizliği pekiştirdiği netleşmektedir. Yine bu sistemin hazırladığı temele doğan Madonna, feminist kültür kuramcılarının ve eleştirmenlerinin de tartışma konusu yaptığı metalar arasındaki yerini almıştır: Madonna bir feminist mi yoksa ataerkil yapının içinde yoğrulmuş plastik bir bebek mi? Her konuda olduğu gibi bu konuda da ikili bir tartışma konusu bulunmaktadır. Ancak popüler kültürün bu durdurulamaz ikonunun bir Tanrıça (*Goddess*) kabul edilmesi nedeniyle bir dokunulmazlığı da bulunmaktadır. Bu dokunulmazlığı meşrulaştıran en büyük etken ise kitlelerin O'na yüklediği anlam ve olağanüstü değeridir.

Madonna'nın inceleme konusu yapılmaya başlandığı yıllar 1980'li yılların sonlarına rastlamaktadır. Toplumsal cinsiyet ve cinsellik çalışmalarının postmodern ikon olarak akademik çalışmalarının bir alt başlığı haline gelen Madonna (Newitz, 1993) ise eleştirmenlerin tepkisini çekmeyi kendine her dönem amaç edinmektedir. Kapitalist piyasa sisteminin bu önemli kuralını her dönemde uyguluyor oluşu da O'nun kariyerinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Temelde Madonna metinlerinin kitleleri ne boyutta etkilediği incelendiğinde, "farklılıklar" üzerindeki vurgusu bu noktada da dikkat çekmektedir. Hayran kitlenin Madonna'yı nasıl algıladığı oldukça önemlidir. Çünkü Madonna ürettiklerini tüketime sunarken bir plan uygulamakta ve

kitleleri istediği yönde yönlendirmektedir. Ancak bu durum hakkında bir genellemeye varmak yanlış olacaktır:

"Bir metnin "söylediği" şeyler metin ile okurları arasında kurulabilecek bağlantıları belirler –sınırları ve etkileri- ama bu bağlantıları oluşturamaz ya da denetleyemez. Bunu yalnızca okurlar yapabilir. Bir metnin popüler olması için, okurlarının söylemek istediklerini "dile getirmesi" ve metnin, okurlarının toplumsal konumlarıyla doğrudan ilintili noktaları kurarken ya da keşfederken, dile getirilenlerin seçimlerine okurların katılmalarına olanak tanınması gerekir. Dolayısıyla Madonna, her biri onda ataerkil toplumsal düzendeki kendi farklı konumlarına uygun oldukça farklı ilinti bulan genç kız hayranları ile Playboy okuru hayranlarına oldukça farklı farklı anlamlar aktarır" (Fiske, 1999: 179).

Yukarıda da değinildiği gibi meta değeri taşıyan her şeyin/herkesin toplumsal alanda bir karşılığı olana hitap etmeleri gerekmektedir. Özellikle ikonlar, mevcut kitlenin söylemek istediklerini yansıttığı ölçüde bu piyasada tutunabilmekte ve kabul görebilmektedirler. Yani Madonna bugüne kadar denenmemiş olanı deneyip, gizli kalan (pornografi, din, aile, seks, eşcinsellik, etnik kimlikler, vb.) bütün her şeyi metinlerinde iç içe kullanarak, toplumun dile getirmek istediklerinin bir harmanını vermiş, kitleleri tatmin etme boyutuna getirmiştir.

Postmodernistler bir kimlik olarak "ben"in kurgusal olduğunu öne sürerler, ancak "ben"in bir kurgu olduğunu öne sürmek, insanların kimliklerini sürdürmek için çaba göstermeyecekleri anlamına gelmez (Murphy, 2000: 153-155). Modernistlerin tersine postmodernistlerin, kimlik konusundaki bu tavrı, popüler kültür metinlerinde Madonna'nın kurgusallığı konusunda önemli bilgiler vermektedir. Madonna'nın kurgulanmış kimlik biçimleri tam da bu yüzden, popüler kültürün üretim ve tüketim sistemine hizmet etmektedir.

Kaynakça

- Agacinski, S., 1998, *Cinsiyetler Siyaseti*, çev. Yerguz, İ., Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Ashenden, S., 1997, "Feminism, Postmodernism and the Sociology of Gender", içinde *Sociology After Postmodernism*, ed. Owen, D., Sage Publications, London.
- Baudrillard, J., 2001, *Tam Ekran*, çev. Gülmez, B., YKY, İstanbul.
- _____, 2003, *Simülasyon ve Simülasyon*, çev. Adanır, O., Doğu Batı Yayınları, Ankara.
- Bora, A., 2004, *Kamusal Alan Sahiden Kamusal mı?, Kamusal Alan*, ed. Özbek, M., Hil Yayınları, İstanbul.
- Connell, R. W., 1998, *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar-Toplum, Kişi ve Cinsel Politika*, çev. Soydemir, C., Ayrıntı, İstanbul.
- Connor, S., 2001, *Postmodernist Kültür-Çağdaş Olanların Kuramlarına Bir Giriş*, çev. Şahiner, D., YKY, İstanbul.
- Erbaş, H. & Sallan Gül, S., 2001, "Kapitalizm ve Kültür: Popüler Kültürün Küreselleşmesi ve Piyasalaşması", *Mülkiye*, 15 (229) (Temmuz-Ağustos), s. 207-229.
- Erdoğan, İ., 2004, "Popüler Kültürde Gasp ve Popülerin Gayri Meşruluğu", *Doğu Batı Dergisi*, Sayı: 15, Doğu Batı Yayınları, Ankara.

- Fiske, J., 1999, *Popüler Kültürü Anlamak*, çev. İrvan, S., Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Fraser, N. & Linda, N., 1994, "Felsefesiz Toplumsal Eleştiri: Feminizm ve Postmodernizm Arasında Bir Karşılaşma", çev. Küçük, M., *Modernite Versus Postmodernite*, Vadi Yayınları, Ankara.
- Gans, H. J., 2005, *Popüler Kültür ve Yüksek Kültür*, çev. Onaran İncirlioğlu, E., YKY, İstanbul.
- Hobson, D., 1995, "Ev Kadınları ve Medya", *Kadın ve Popüler Kültür*, çev. & der. İrvan, S. & Binark, M., Ark Yayınevi, Ankara.
- Izod, J., 2001, *Myth, Mind and the Screen-Understanding the Heroes of Our Times*, Cambridge University Press.
- Jenks, C., 2007, *Aitkültür-Toplumsalın Parçalanışı*, çev. Demirkol, N., Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Kadioğlu, A., 1999, *Cumhuriyet İradesi Demokrasi Muhakemesi*, Metis, İstanbul.
- Kellner, D., 1994, "Toplumsal Teori Olarak Postmodernizm: Bazı Meydan Okumalar ve Sorunlar", çev. Küçük, M., *Modernite Versus Postmodernite*, Vadi Yayınları, Ankara.
- _____, 1997, "Social Theory and Cultural Studies", *Sociology After Postmodernism*, ed. Owen, D., Sage Publications, London.
- Kellner, D., 2004, "Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası", *Doğu Batı Dergisi*, Sayı: 15, Doğu Batı Yayınları, Ankara.
- Lash, S., 1994, "Modernite mi, Modernizm mi? Weber ve Günümüz Toplumsal Teorisi", *Modernite Versus Postmodernite*, çev. Küçük, M., Vadi Yayınları, Ankara.
- Leclerc, A., "Postmodern Feminism-Woman's Word", *Feminist Philosophies-Problems, Theories and Applications*, eds. Kourany, J. A., Sterba, J. P. & Tong, R., Prentice-Hall, New Jersey, USA.
- MacKinnon, C., 2003, *Feminist Bir Devlet Kuramına Doğru*, çev. Yöney, T. & Yücesoy, S., Metis, İstanbul.
- McRobbie, A., 1999, *Postmodernizm ve Popüler Kültür*, çev. Özdek, A., Sarmal Yayınevi, İstanbul.
- Murphy, J. W., 2000, *Postmodern Sosyal Analiz ve Postmodern Eleştiri*, çev. Arslan, H., Paradigma, İstanbul.
- Newitz, A., 1993, "Madonna's Revenge", *Bad Subjects*, November, 9.
- Oktay, A., 2002, *Türkiye'de Popüler Kültür*, Everest Yayınları, İstanbul.
- Penelope, J., 1992, "The Lesbian Perspective", içinde *Feminist Philosophies-Problems, Theories and Applications*, eds. Kourany, J. A., Sterba, J. P. & Tong, R., Prentice-Hall, New Jersey, USA.
- Rakow, L., 1995, "Popüler Kültüre Feminist Yaklaşımlar: Ataerki'nin Hakkını Teslim Etmek", içinde *Kadın ve Popüler Kültür*, çev. & der. İrvan, S. & Binark, M., Ark Yayınevi, Ankara.
- Sallan, S. & Boybeyi, S., 1994, "Postmodernizm-Modernizm İkilemi", *Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Araştırma Dergisi*, Cilt 15, Ankara.
- Schwichtenberg, C., 1995, "Madonna'nın Postmodern Feminizmi: Marjinalerin Merkeze Taşınması", içinde *Kadın ve Popüler Kültür*, çev. & der. İrvan, S. & Binark, M., Ark Yayınevi, Ankara.
- Taraborrelli, J. R., 2001, *Madonna-An Intimate Biography*, Macmillan, London.
- Thornham, S., 2006, "Postmodernizm ve Feminizm", içinde *Postmodern Düşüncenin Eleştirel Sözlüğü*, ed. Sim, S., çev. Erkan, M. & Utku, A., Ebabil Yayıncılık, Ankara.
- Timisi, N., 1997, *Medyada Cinsiyetçilik*, Ankara.
- Wicke, P., 2006, *Mozart'tan Madonna'ya Popüler Müziğin Bir Kültür Tarihi*, çev. Dalaman, S., YKY, İstanbul.
- Zizek, S., 2005, *Yamuk Bakmak-Popüler Kültürden Jacques Lacan'a Giriş*, çev. Birkan, T., Metis, İstanbul.