

Cumhuriyet Dönemi Popüler Kadın Dergilerinde Mizojini Etkilerinin İncelenmesi: Hayat Dergisi Örneği

Examining the Effects of Misogyny in Popular Women's Magazines of the Republican Period: The Case of Hayat Magazine

Gülden Tuna Dur*

Öne Çıkanlar:

- Bu çalışma, 70'ler Türkiye'sindeki mizojinik eğilimleri görünür kılmak üzere tasarlanmıştır.
- Buna göre, mizojini, 'Hayat Dergisi'nin 6 sayısında, toplamda 342 kez tespit edilmiştir.
- Bu sonuç, mizojinik eğilimlerin yüksek oranda üretildiği ve pekiştirildiğini göstermiştir.
- Ortaya konulan mizojinik içerik, söylem ve uygulamaların yeni araştırmalara yol göstermesi umulmaktadır.

Öz: Bu çalışmanın amacı 70'ler Türkiye'sinde, dönemin önde gelen popüler kültür unsuru niteliğine sahip dergilerinde mizojinik unsurların varlığını görünür kılarak kadına yönelik olumsuz bakış açısını ve erkek egemen kültürün nasıl yaratıldığını ve pekiştirildiğini belirlemektir. Popüler kültür unsurları yoluyla topluma yansıtılan mizojini (kadın düşmanlığı), kadını içinde yaşadığı toplumda ikincil ve aşağı konumda gören her türlü düşmanca bakış açısı, tutum ve davranışı meşru göstermektedir. Bilindiği gibi kitle iletişim araçlarının, popüler kültürü besleyen ve yayan özelliği nedeniyle, toplumu şekillendirmedeki önemi yadsınamayacak kadar büyüktür. Buradan hareketle, bu çalışma 70'ler Türkiye'sinde örnek bir popüler dergide mizojinik (kadın düşmanı) unsurların var olup olmadığının tespitine odaklanılarak ele alınmıştır. Bu hedef doğrultusunda 70'ler Türkiye'sinin popüler dergilerinden biri olarak Hayat Dergisi, ilgili alanda yapılan literatür taraması sonucu ulaşılan kavramsal çerçeve temelinde mizojinik temalar açısından derinlemesine incelenmiştir. Bu amaca hizmet edecek şekilde, mizojinik tutumlar ve bu tutumların neden olduğu mizojinik sonuçlar olmak üzere, iki başlık altında yer alan on yedi mizojinik anlam taşıyan tema ile haber, reklam, köşe yazısı, fotoğraf, resim gibi verilerle eşleşen mizojinik sonuca ulaşılmıştır. Mizojini kavramının, "mizojininin kaynakları ve mizojininin sonuçları" şeklinde ikili bir sınıflama oluşturularak ulaşılan ve çalışmanın güvenilirliğini arttırmak amacıyla üç ayrı kodlayıcının en az ikisinin birbirlerinden bağımsız olarak yaptıkları kodlamalarda mutabık oldukları mizojinik temalar, dergide ne oranda mizojinik unsur olduğunu ortaya koymuştur. Buna göre, mizojini dönemin popüler dergisi olan 'Hayat Dergisi'nin, 1970'lerin başı, ortası ve sonu şeklinde bir mantık yürütülerek oluşturulan 1970, 1971, 1974, 1975, 1977, 1978 yıllarına ait 6 sayısında, toplamda 342 kez, dergi başına ise 57 kez tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular ışığında mizojinik bakış açısının, 70'ler Türkiye'sinde toplumun en çok okuduğu dergilerden

* Doktora Adayı, Akdeniz Üniversitesi, Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet ABD, tunagulentuna@gmail.com,
ORCID: 0009-0000-1161-1681.

sadece bir tanesinde bu kadar çok sayıda yer almış olmasının, toplumda var olan mizojinik eğilimleri yüksek oranda ürettiğinin ve pekiştirdiğinin bir göstergesi olarak görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mizojini (kadın düşmanlığı), Hayat Dergisi, Toplumsal Cinsiyet.

Highlights:

- This study is designed to make the misogynistic tendencies visible in Turkey in the 70s.
 - Accordingly, misogyny was detected 342 times in total in 6 issues of Hayat Magazine.
 - This result showed that misogynistic tendencies were highly produced and reinforced.
 - It is hoped that the misogynistic content, discourse and practices revealed will lead to new researches.
-

Abstract: Any hostile point of view, attitude and behavior that sees women as secondary and inferior in the society they live in is called misogyny. As it is known, the importance of mass media in shaping the society is too great to be denied. From this point of view, this study was handled by focusing on the detection of misogynistic elements in an exemplary popular magazine in Turkey in the 70s. In line with this goal, Hayat Magazine, as one of the popular magazines of 70s Turkey, has been examined in depth in terms of misogynistic themes based on the conceptual framework reached through the literature review in the related field. To serve this purpose, data matching seventeen themes, including misogynistic attitudes results caused by these attitudes, were obtained. The data obtained from the coding of the concept of misogyny with a dual classification as “sources of misogyny and the results of misogyny,” conducted by three different coders at different times, revealed the frequency of misogynistic elements in the journal. Accordingly, misogyny was detected 342 times in total and 57 times per magazine in 6 issues of the popular magazine of the period, "Hayat Dergisi". In the light of the findings, the fact that the misogynistic point of view was featured in only one of the most read magazines by the society in the 70s in Turkey is seen as an indicator that it produces and reinforces the misogynistic tendencies that exist in the society at a high rate.

Keywords: Misogyny, Hayat Magazine, Gender Equality.

Summary

While the term gender is biologically related to being male or female, being male or female also has a socio-cultural meaning (Püsküllüoğlu, 2004: 380). This meaning, on the other hand, is that it is a concept that emerges as a result of the definitions determined by the society, rather than talking about a biological femininity or masculinity, which is expressed by the term gender (Scott, 1986: 3-5). At this point, the concept of misogyny comes to mind. Misogyny is a concept of patriarchal social structure that means misogyny or hatred of women and includes meanings such as sexual humiliation and objectification of women (Etyang, 2012: 5). As it can be understood, the phenomenon of misogyny is at the very center of the issue as a serious problem in creating a conscious gender perspective. Accepting the existence of this problem is seen as the first condition of the solution. At this stage, the curious thing will be where the source of misogyny is based. It will not be difficult to guess that the foundations of the phenomenon of misogyny, which greatly

affects the society, especially women, have been built on a solid basis in order to create this effect. For this purpose, the 70s, the years when the public's attention was focused on issues related to women, was also the year when women's magazines were popular. As one of these popular magazines, "Hayat Dergisi" was a news and general interest magazine, published weekly in Istanbul. The magazine was published from 1956 to 1979, making it the magazine with the highest circulation rate of the period. It is thought to be important because the 70's were an intense period in terms of women's issues and the magazine was the most widely read magazine at that time. In other words, how the subject of women, which marked the 70s, found its place in the most widely read magazine of the period, arouses curiosity. For this reason, in the continuation of the study, the method, findings and comments of the study will be included.

The aim of this study is to determine whether misogynistic elements for women were encountered, and if so, their frequency rates in women's magazines, which were popular culture elements in Turkey in the 70s. Upon that respect, the purpose of this study is to examine a widely read magazine and to determine what the negative perspectives and behavior models about women are and how the patriarchal point of view is internalized through the contents of these magazines. From this point of view, data were collected by content analysis technique in an exemplary magazine that was popular for a long time in Turkey in the 1970s. Through the themes reached by examining the literature, the misogynistic elements and their frequency rates in the data collected from the sample magazine, which has the quality of a popular magazine, are evaluated with the content analysis technique. To summarize this process, the work progresses in an order of coding the data first, finding the themes second, organizing the themes with the codes, and finally defining and interpreting the findings. In this study, it is thought that a categorization should be made as misogynistic attitudes and behaviors and their consequences in terms of the conceptual framework of misogyny, which is reached by the literature review. When considered in this direction, it is seen that the effect of the root causes that cause misogyny on society is reflected in attitudes or observable behaviors, and as an expected result of these, women are in a disadvantaged position in terms of politics, economy and society. Misogynistic elements that are likely to be encountered during the review of the journal are presented by examining them in accordance with one of the two categories mentioned.

In the first stage of the analysis, photographs, pictures, writings, etc., which are thought to have a misogynistic meaning are determined by a thorough analysis of the six issues from the selected magazine. The identified misogynistic elements are determined by specifying the year and number of each issue and giving a data number to determine which issue had what type of data in it. In the second stage, independent of the researcher, two different coders matched each

data with the themes presented in the conceptual framework and entered the code of the theme that the data is related to in the table. A total of three coders, including the researcher, provided different perspectives on the research by performing the coding process, and this increases the reliability of the research. According to the results of the thematic data analysis conducted in the six issues of the journal, which is the subject of the research, the frequency of the themes coded according to the conceptual framework is as follows:

Table 1.
Mizogynic Attitudes, Results and Their Frequencies

A-Mizogynic Attitudes:	Frequency	B- Misogynistic Results:	Frequency
1- Hegemonic masculinity	60	1-Gender inequality	59
2- The woman seen as a sexual object	32	2-Violence	2
3- The belief that the honor of the woman belongs to the man	1	3- Feminization of poverty	1
4- The belief that woman is the property of man	5	4-Exclusion from decision making	1
5- Belief that women are secondary	7	5-Exclusion from economic life	1
6- Gender based role discrimination	49	6-Exclusion from social life	1
7- Seeing the female body as a commodity	40	7- The imposition of ideal beauty	37
8- Internalized misogyny	4		
9- Describe woman as angel or devil	6		
10- Ideal perception of beauty	36		
Total	240	Total	102

A total of seventeen themes related to misogynistic attitudes and misogynistic outcomes seen in the table are coded independently by three different coders. The data obtained as a result of the 'data-theme' matching made by the encoders is formed as a result of the agreement of at least two encoders. The concept of misogyny has been subjected to a dual classification as "sources of misogyny and consequences of misogyny" in order to be examined with a holistic approach. A total of 17 misogynistic themes are identified 342 times in total, and 57 times per issue in the 6 issues of "Hayat Dergisi", a widely read domestic magazine. This finding shows to what extent the misogynistic point of view is featured in one of the most widely read magazines in Turkey in the 70s, reinforcing the existing misogynistic tendencies in the society. As a result, it has been seen that the contents published in a popular domestic magazine in Turkey in the 70s created and reinforced misogyny in the axis of the determined themes, albeit at different rates. It has been concluded that the misogynistic point of view, which the study has once again revealed, is an enmity that spreads primarily to women and, as a result, to the whole society. It is believed that this hostility, which is also produced through popular culture, should be eliminated and prevented as soon as possible. In order to achieve this, the importance of steps to be taken in schools, through non-governmental organizations and most importantly through government policies should be emphasized.

Giriş

Kadınların toplum içindeki yerini belirlemede en çok sözü geçen faktör olarak görülen ataerkil bakış açısı, kadınların özgürce bir hayat sürmesinin de önündeki en büyük engel olarak görülmektedir. Zira kadınlar ellerinden alınan özgürlüğün bir sonucu olarak toplumdan soyutlanma ve toplum içinde ikincil konumda olma gibi daha pek çok kadın düşmanı (mizojinik) tutum ve davranışa maruz kalan konumda olmuştur. Mizojininin (kadın düşmanlığının) toplum içinde geldiği nokta, bu ifadenin literatüre girerek alandaki pek çok araştırmanın da konusu olmasına neden olmuştur. Mizojini ifadesiyle kapsayıcı bir şekilde anlatılmak istenilen kadını ikincil, aşağı gören her şekildeki davranış biçimi ve bakış açısıdır denilebilir.

Toplumda var olan mizojininin üretiminde ve desteklenmesinde popüler kültürün etkisinin büyük olduğu düşünülmektedir. Buradan hareketle de popüler olanı üreten kitle iletişim araçlarının toplumun algısı üzerindeki hakimiyetinin yadsınamayacak düzeyde olduğu belirtilmelidir. Bu perspektifle yaklaşıldığında mizojininin, mizojinik davranışların alt yapısı olmadan oluşabilecek şeyler olmadığı, yıllar içerisinde özellikle kitle iletişim araçlarıyla tekrar tekrar üretildiği ve pekiştirildiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Mizojini neticesinde oluşan sorunlara toplumsal cinsiyet eşitliği algısının yani feminist bakış açısının çözüm getireceği düşünülmektedir. Feminizmin, yalnızca kadını temel alan bir yaklaşım olmadığı, toplumda kadın erkek cinsiyet ayrımı olmadan, tüm kesimlerin toplumsal cinsiyet eşitliği temelinde bir yaşama sahip olma hakları olduğunu benimseyen bir bakış açısına sahip olduğunu bir kez daha belirtmekte fayda görülmektedir. Bu çalışmada, mizojininin toplumda yarattığı sorunların, toplumsal cinsiyet eşitliği ile çözüme kavuşacağına inanılmaktadır. Bu sebeple, toplumun algısını büyük oranda etkileme gücü olan kitle iletişim araçlarından biri olan, temelde “kadın dergisi” vurgusuyla, dönemin en yüksek tirajına sahip dergi olarak Hayat Dergisi’nde mizojini varlığı incelenmiştir.

Günümüzde giderek artan kadına şiddet vakaları da göstermektedir ki mizojini açısından gelinen noktanın kaynağını belirlemek ve görünür kılmak önem arz etmektedir. Bu amaçla çalışmada 70’ler Türkiye’si kapsamında belirlenen popüler bir yerli dergide literatüre bağlı kalınarak oluşturulan temalar doğrultusunda mizojinik tutum ve sonuçların varlığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda *mizojinik tutumlar* ve bunların neden olduğu *mizojinik sonuçlar* olmak üzere iki başlık altında, toplam 17 mizojini ifade eden tema belirlenmiştir. Mizojinik tutumlar başlığı altındaki temalar; *1-Hegemonik erkeklik*, *2-Cinsel obje olarak görülen kadın*, *3-Kadının namusu erkeğindir inancı*, *4-Kadın erkeğin mülküdür inancı*, *5-Kadının ikincil olduğu inancı*, *6-Cinsiyete bağlı rol ayrımı*, *7-Kadın bedeninin meta olarak görülmesi*, *8-İçselleşmiş kadın*

düşmanlığı, 9-Kadını melek ya da şeytan olarak niteleme, 10-İdeal güzellik algısı iken mizojinik sonuçlar başlığı altındaki temalar ise *1-Toplumsal cinsiyet eşitsizliği, 2-Şiddet, 3-Yoksulluğun kadınlaşması, 4-Karar almadan dışlanma, 5-Ekonomik hayattan dışlanma, 6-Sosyal hayattan dışlanma, 7- İdeal güzellik dayatması* temalarıdır.

İkili bir sınıflama oluşturularak ulaşılan ve çalışmanın güvenilirliğini arttırmak amacıyla üç ayrı kodlayıcının en az ikisinin birbirlerinden bağımsız olarak yaptıkları kodlamalarda mutabık oldukları mizojinik temalar, dergide ne oranda mizojinik unsur olduğunu ortaya koymuştur. Buna göre, mizojini, dönemin popüler dergisi olan ‘Hayat Dergisi’ nin, 1970’lerin başı, ortası ve sonu şeklinde bir mantık yürütülerek oluşturulan 1970, 1971, 1974, 1975, 1977, 1978 yıllarına ait 6 sayısında, toplamda 342 kez, dergi başına ise 57 kez tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular ışığında mizojinik bakış açısının, 70’ler Türkiye’ sinde toplumun en çok okuduğu dergilerden sadece bir tanesinde bu kadar çok sayıda yer almış olmasının, toplumda var olan mizojinik eğilimleri yüksek oranda ürettiği ve pekiştirdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Alanyazında Mizojini: Kadın Düşmanlığı

Mizojini, kadın düşmanlığı ya da kadından nefret anlamına gelen ve içinde kadını cinsel açıdan aşağılama, nesneleştirme gibi anlamları barındıran, ataerkil toplum yapısını yansıtan bir kavramdır (Etyang, 2012: 5). Flood (2007: 444) ise mizojiniyi, yine erkek egemen toplumlarda kadının ikincil görülmesi sebebiyle, karar alan konumunda olmasının ve varlık göstermesinin engellendiği, kadınların bedenlerinin metalaştırıldığı, toplumsal bir bakış açısı olarak tanımlamaktadır. Literatüre mizojini ifadesinin girişiyle akla iki soru gelmektedir. Bunlardan ilki bu düşmanca tavrın kaynağı kadın ya da erkek olmaya mı bağlıdır ve ikinci olarak da kadın düşmanlığını belirleyen etmen kadın olmakla ilgili bir durum ise neye bağlı olarak kadınlar bu düşmanlıkla karşılaşmaktadır.

Buradan hareketle kadın ve erkek olmak ne anlama gelmektedir, bunlar hangi açıdan birbirinden ayrılan kavramlardır gibi sorular akla gelmektedir. Cinsiyet terimi biyolojik açıdan kadın ya da erkek olmakla ilgiliyken, erkek ya da kadın olmanın sosyo-kültürel bir anlamı da vardır (Püsküllüoğlu, 2004: 380). Burada ifade edilmek istenen şey toplumsal cinsiyetin, biyolojik temele dayanan şekilde bir kadınlık ya da erkeklikten söz etmediği, bunun toplum tarafından belirlenen tanımlamalar sonucu ortaya çıkan bir kavram olduğu yönündedir (Scott, 1986: 3-5). Kadın ve erkek olmakla ilgili toplumda kendine yer bulan bu bakış açısına göre dişi erkeğe göre daha duygusal, erkek ise akli ön planda tutan, ayakları yere sağlam basan olarak tanımlanır. Bu da kadının narin yapısına uygun olarak bazı işlerin kendisine, bazı işlerin ise erkeklere uygun olduğuna dair bir anlayışın yaygınlaşmasına yol açar (Saygılıgil ve Elçik, 2016: 1). Buradan çıkan

sonuca göre kadınlar, kendi hayatlarını ilgilendiren önemli konularda karar alan konumunda değildir ve kadınların kendilerine ataerki tarafından uygun görülen roller bağlamında yaşamaya itildikleri görülmektedir.

Ataerki güç ilişkilerinin kendini öncelikli olarak var ettiği yer kadın bedenidir, yani kadınla özdeşleşen iki temel kavram olan beden ve kimliktir deniyorsa (Tokuroğlu, 2004: 1), kimlik, önceliği kurtarılması gereken bir şey olarak bedene bırakılmaktadır. Buradan yola çıkarak kadının sürekli beden üzerinden ikincilleştirildiği, metalaştırıldığı ve kimliği üzerinden biçimlendirilmeye çalışıldığını belirtmek gerekmektedir. Dworkin'in (1974: 112) de dediği gibi kültürel yapı kadın bedeninde saçlardan tırnaklara kadar, baştan aşağı dokunulmamış, değiştirilmemiş bir bölge bırakılmaktadır. Bu da kadınların, zamanla kendini başkasının gözünden gören ve vücuduna yabancılaşan bireylere dönüşmelerine neden olmaktadır (Bartky, 1990: 28). Woolf'un da (1993: 51) belirttiği gibi kadınların kararına bırakılmayan tek şey, yalnızca makyaj yapıp yapmamak istediklerinin kararını verme özgürlüğü değil, güçlü olmayı seçip seçmeme özgürlüğüdür de. Bunun sonucu olarak da mizojinik bakış açısının kadın bedeni üzerinden, kadının kimliğine yön vermeye kadar onu kendi istediği yönde hareket ettirmeye çalıştığı görülmektedir.

Mizojininin en çok erkekler tarafından ortaya konulduğu, bedelini ise yine kadınların ağır bir biçimde ödediği bilinmektedir ancak ne yazık ki mizojinik bakış açısı yalnız erkekler tarafından değil kadınlar tarafından da bu kez "diğer" kadınlara yönelik olarak varlık göstermektedir (Curtis, 2007: 443). Buradan anlaşılacağı gibi mizojini, erkek egemen toplumlarda yalnız erkek tarafından değil, kadın tarafından da kadını ikinci sınıf vatandaş olarak konumlandıran bir ideoloji ve inanç sistemidir. Bu sebeptendir ki ataerkinin güçlü kodlarına sahip toplumlarda mizojinik tavır, tutum ve davranış sergilemek için erkek olmak şartı bulunmamaktadır.

Temsil edilen şey! olan kadının karar alma mekanizmasında bulunamamasının, yasa oluşturma noktasında ya da mahkemelerde alınacak kararlarla ilgili durumlarda yorum yapmasının dahi olanaklı olmamasının nedeni "kadın doğası!" algısına sahip toplumsal yapı olabilir miydi? 18. Yüzyıl doğayı yalnız fizik, kimya ya da diğer disiplinlerdeki bir araştırma nesnesi olmaktan çıkararak, normatif bir ilke gözüyle değerlendirmektedir. Michele Crampe- Casnabet (2005: 311) açısından, bu sebebe dayanarak akla gelen soru şu oldu: "kadın doğası erkeğinkiyle aynı mı yoksa erkeğinkinden farklı mıydı?". Kadın ve erkek açısından fiziksel bir farklılık olduğu görünür şekilde ortadadır ancak bu farklılığın kadınların ahlaki, kültürel, siyasal ve sosyal durumları bakımından da sürdüğü iddiası yine erkeklerin tefekkürlerinden çıkan söylemlerle tarihten günümüze kadar gelmektedir.

Erkeklerin, yaptığı işler, sanat eserleri ve bilimsel çalışmalarıyla toplum tarafından saygı görenlerinin kadına dair söylemlerini konu alan Agnes Michaux'un (2016), kitabında yer alan kişilerden olan Françoise Parturier (1964) Chroniques (Günceler) adlı eserinde şöyle der: "Kadın daha aşağı bir yaratık değildir, erkek daha üstün bir yaratıktır,". Yine Jean Alesson (1900), Le Monde est aux femmes (Dünya Kadınlara Aittir) 'de: Kadının ulaştığı merteye yeterince yüksektir: Bir yukarı basamağa çıksa gülünç duruma düşer. Bir kadının hâkim olabileceğini düşünebilir misiniz? Ya da senatör? O bakımdan erkeğin, kadını gülünçlüğü ve maskaralığın eşiğinde durdurması, onu kendi çıkarı açısından, onuru, yüce annelik ve öğretmenlik tacı açısından çok yerinde bir davranıştır,". Jules Michelet ise (1848), Journal (Günce)'da şöyle der: "Erkek bir beyindir, kadınsa bir dölyatağı,". Montaigne (1580), Denemeler, 9: "Kibre Dair" de der ki: "Bir kadın için en saygıdeğer ve yararlı bilim dalı ve uğraş ev işleri bilimidir,".

Bu ifadelerden yola çıkarak söylemek gerekir ki mizojini kavramı hayali bir kavram değil, aksine kültür, din, ekonomik ve sosyal gelişmişlik ve hatta eğitim düzeylerinin de ötesinde varlık gösteren bir olgudur. Yukarıda bahsi geçen "Kadın Düşmanı Sözlük" kitabında da birkaç örnekle sunulduğu ve ne yazık ki kitapta daha pek çok örneğe rastlanacağı üzere, mizojinik ifadelerin sahibi olan kişiler toplumda genel kabul görmüş, toplumun büyük bir kısmının saygısını kazanmış ve toplum tarafından söylediğine kulak verilen yazarlar, şairler, sanatçılar ve bilim insanları olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumun önde gelen isimlerinin ifadelerine bakılırsa kadının yeri, yüceltilen anneliğine eş olarak hane içinde, mutfakta ve yine ev işlerinden çok da uzaklaşmadan, toplumun kadına uygun gördüğü işlerde kendini göstermektedir.

Hem dünyada hem de ülkemizde kadın düşmanlığı, kadına dair bugün içinde bulunduğumuz pek çok problemin kaynağını oluşturmaktadır. Moghadam'ın (2005: 13-18) da belirttiği üzere, başta kadın yoksulluğu ya da "yoksulluğun kadınlaşması" kavramları üzerinden, mizojininin ekonomik sonuçlarına değinmekte fayda görülmektedir. Görülmektedir ki kadın ve erkek arasındaki ekonomik açıdan yaşanan eşitsizliğin temelleri daha hane içinde atılmaktadır (Moghadam, 2005: 13-18). Hane içinde kız çocuklar daha çok anneye yardım eden, ev işleriyle meşgul olması gereken olarak görülürken, erkek çocuklar isterlerse eğitimlerine devam edebilen, kendisine ev dışında da sorumluluk verilen bireyler olarak büyümektedirler ve bunun yetişkin birer birey olduklarında da sonuçlarını pek çok açıdan olduğu gibi ekonomik bakımdan da eşitsiz bir biçimde deneyimledikleri görülmektedir. Adak'a göre (2007: 142) kadının ekonomik açıdan bağımsızlığa sahip olması onun özgüvenini arttıran bir etki sağlaması açısından kadını hem hane içinde hem de sosyal yaşamında daha güçlü kılmaktadır. Bu da ona daha demokratik bir ortam sağlayarak kadınların bizzat hayatları üzerinde söz sahibi olmalarına olanak tanımaktadır.

Yani kadın, cinsiyeti sebebiyle çocukluk yıllarından itibaren kendisine “ikincil” olduğu inandırılan, günün birinde ekonomik özgürlüğe sahip olmak istese dahi bunun ancak gayri resmi şekilde, güvencesiz ya da düşük ücretle istihdam edilerek olabileceği deneyimletilerek hayatını sürdürmektedir (Topgül, 2013: 292). Bunun yanı sıra ev içine itilen kadının ev içi emeğinin de görünmez kılındığı, toplumsal gelire erişimde önünde engelleri olan kadının yoksulluğu derinleşerek yaşadığını söylemek yerinde bir yorum olacaktır (Sallan Gül ve Şen, 2014: 130–131). Kadının bağımsızlığında en temel öğenin ekonomik özgürlük olduğunu hatırlayacak olursak, bunun tarihi temelleri olan mizojinik bir bakış açısını doğurduğunu görmek zor olmayacaktır. Kadının ekonomik gücünü elinde tutan bir birey olmasının önünde hala engeller varken, bir erkeğe kıyasla çok daha zorlu yollardan geçerek bunu elde etmesi durumunda dahi eşit işe eşit ücret alamayarak toplumsal bir ideoloji sorunsalı olan mizojini ile bir kez daha karşılaştığını belirtmek gerekmektedir.

Ekonomik güce erişimde kadının önündeki engellerin, siyasete katılımı da var olduğunu görmekteyiz. Kadın fitratının siyasi meselelere kafa yoracak nitelikte olmadığı vurgusunu yapan ataerkil bakış açısı kendisini burada da göstermektedir (Bora, 2014: 117). Bilindiği üzere siyaset hakların ve gücün paylaşıldığı, bununla ilgili konuların şekillendiği ve değiştiği kurumdur. Bu sebeptendir ki toplumsal cinsiyet ilişkilerini şekillendirme gücünü büyük ölçüde elinde tutan siyaset, erkek egemen tutum ve söylemleriyle kadını dışlamakta, muhtemel değişim olanaklarında söz sahibi yapmamaktadır. Burada belirtmelidir ki ekonomik güç kendisini kadının lehine ya da aleyhine olacak şekilde burada bir kez daha göstermektedir. Yani kadınların sahip olduğu kaynak arttıkça siyasete katılma oranı, dolayısıyla kendi hayatlarıyla ilgili alınan kararlarda söz sahibi olma olanakları da artmaktadır (Flora ve Lynn, 1974: 51). Buradan çıkan sonuca göre, toplumsal cinsiyet ayrımcılığı ekonomik hayatta, siyasette yani kadının özgür bir biçimde karar alabileceği tüm mekanizmalardan kadını soyutlamakta ve dışlamaktadır.

Bu durumda ekonomide ve siyasette mizojinik tutum ve davranışlara maruz kalan kadının, sosyal çevresinde de özgürce, kendi olabildiği bir birey olması beklenemeyecektir. Aksine kadın olmak, toplumun kadın ya da erkek olmakla ilgili belirlediği roller üzerinden kendini var eden bir birey olma anlamına gelmektedir (Giddens, 2000: 621). Daha çocukluk yıllarından itibaren, kız ya da erkek çocukların giydiği kıyafetlerin rengi, oyuncakların türü de dahil olmak üzere, toplumun biçtiği roller ve kurallar ölçüsünde şekillenmektedir (Fine, 2011: 220-222). Bunun bir sonucu olarak mavi rengin erkek, pembe rengin ise kız çocuklara uygun renkler olduğunun kabulünü bugün hemen her giyim ya da eşya mağazasındaki ürünlere bakarak kolayca görebilmekteyiz. Yine benzer şekilde kız ve erkek çocukların oyuncakları, henüz bebeklik dönemlerinden itibaren kendilerine gelecek yıllarda nasıl bir birey olacaklarını, hangi mesleklerle sınırlı olduklarını

kodlayan, görünüşte eğlence araçları ancak gerçekte topluma ait normların sıralandığı araçlar olarak görülmektedir. Kız çocuklara oyuncak bebeklerle, mutfakta yemek yapmakla ilgili oyuncaklarla oynamaları uygun görülürken erkek çocuklara top, tabanca ve araba gibi alt metninde onları dışarıdaki hayata yönlendiren ve aynı zamanda şiddeti de oyunla öğreten, toplumsal kabulün paralelinde oyuncaklar uygun görülmektedir.

Çalışmanın bu bölümüne kadar mizojinik bakış açısının tarihi sürecine bakılarak kaynağının nereye dayandığı ve sonuçlarının neler olduğu konusuna ışık tutulmaya çalışılmıştır. Geldiğimiz noktada ise, mizojinik tavrı desteklediğine ve ürettiğine inanılan bir aktarım biçimi olarak, çalışmanın üzerinde durmayı hedeflediği bir diğer önemli kavram da popüler kültür kavramı olacaktır. Zira “halk, halka ait, sevilen, tercih edilen ve beğenilen kültürel uygulamalar” anlamına gelen popüler kültür kavramı “bir üretim ve tüketim kültürüdür ve popüler olanın son aşamasına kadar devam etmektedir” (Erdoğan ve Alemdar, 1994: 30). Popüler olan, televizyon, gazete, dergi gibi kitle iletişim araçları vasıtasıyla, film, müzik, reklam, haber gibi popüler kültür unsurları yoluyla siyasal, ekonomik ve toplumsal boyutlarda yaratılmakta ve tekrar tekrar üretilmektedir.

Buradan hareketle popüler kültürün toplumu her ne şekilde isterse yönlendirebildiğini belirtmek gerekir. Bu sebeptendir ki mizojini temelinde ele alındığında, kadının popüler kültürde nasıl temsil edildiğinin, kadın düşmanı bakış açısını arttıran mı azaltan mı konumunda olduğunun incelenmesi gerekmektedir. Medyadaki kadın temsiline mizojiniyi arttıran yönde olması durumunda, medyanın toplum üzerindeki etki gücü de hesaba katılarak gerekli önlemlerin alınması gerekmektedir. Bu konuda Butler ve Paisley'nin (1980) medyada kadın temsili üzerine geliştirdikleri cinsiyetçilik ölçeği de göstermiştir ki kadınlar “aptal, suskun, seksi, kurban, nesne, ev içinde yer alan, eş, anne” şeklinde resmedilirler. Bir kez daha hatırlamak gerekir ki toplumsal cinsiyet evrensel bir gerçeklik değil, toplumsal bir inşadır (İrvan, 2002: 486). Toplum tarafından inşa edilen bu bakış açısı popüler olan vasıtasıyla kitlelere ulaştırılmakta ve çoğaltılmaktadır.

Bu bağlamda düşünüldüğünde kabul etmek gerekir ki toplumsal cinsiyetin inşası yolunda medyanın eli son derece güçlüdür. Yani medya kadına dair pek çok çarpıtılmış düşünce ve yargıyı yansıtarak ataerkil yapının hedeflediği doğrultuda hareket eder. Örneğin cinsler arasındaki eşitsizliğin yaratıcısı popüler kültürdür (Jacobsen ve Mazur 1995; Etyang, 2012) ve medyada yansıtılan kalıp yargılar, taciz, tecavüz ve şiddetin tüm türleri mizojiniyi besleyen ve cesaretlendiren bir hal almıştır. Yapılan bazı araştırmalar da kadına yönelik düşmanca tavrın medya içerikleriyle sunulduğunu ortaya koymaktadır. Bunlardan biri Harrisson'ın (2003, akt. Dill ve Thill, 2007: 851-864) üniversite öğrencileriyle yapmış olduğu araştırmadır. Araştırmada

ortalama olarak 20’li yaşlarındaki 231 erkek ve kız öğrencinin, medyada ideal olarak gösterilen “güzel kadın” imajını (90-60-90) ideal olan güzellik olarak tanımladıkları belirtilmiştir. Bunun yanı sıra çalışmaya katılan kadınlar ve erkekler, ideal olan güzelliğe sahip olmayan kadınların da estetik operasyonlarla değişim göstermeleri konusunda hemfikir olmuşlardır.

Kitle iletişim araçları vasıtasıyla yayılan kadın düşmanlığı, televizyon programları, gazete ve dergi içerikleri, reklamlar, müzik, video oyunları ve daha pek çok popüler kültür unsuruyla kadını bir meta olarak yansıtmakta ve aşağı, değersiz göstermektedir (Jacobsen ve Mazur, 1995: 11) Bu da öncelikle kadının kendisine dair algısını ve sonrasında da erkeğin kadına dair algısını “değersiz, ikincil, nesne kadın” şeklinde etkilemektedir.

1970’ler Türkiye’si ve Kadın

1970’ler Türkiye’sine bakıldığında işgücü ihtiyacının da değişmesiyle kırsal alandan büyük şehirlere göçün başladığı dönemler olduğunu söyleyebiliriz. Özellikle 1960’lı yıllardaki ekonomik planlamaların bir sonucu olarak, 1977’ye kadar Türkiye ekonomisinin, imalat ve hizmet sektörünün katkılarıyla hızlı bir şekilde büyümesinin yanı sıra 1970’lerin ikinci yarısından başlayarak ekonominin kötüye gittiğini belirtmek gerekmektedir (Kepenek, 1987: 368). 1970’li yıllar, Türk lirasının dolar karşısında değer kaybetmesi, kapatılan ve yeni kurulan partiler, sıkı yönetim ilanları, siyasal şiddet olaylarında ölenlerin sayısının yıldan yıla artması gibi pek çok sancılı olaya sahne olmuş bir dönemdir (Akşin, 2007: 522). Tüm bu zorlayıcı şartlar altında Türkiye’de kadın konusunun o dönemdeki durumunun nasıl olduğu merak edilmektedir.

1970’lerde yukarıda sözü edilen ekonomik ve politik gelişmelerin Türk kadını üzerindeki etkilerinin ne olduğu noktasında öncelikle köyden kente göç ederek gelen kadın işgücü olduğunu belirtmek gerekmektedir. Görülen şudur ki 1970 ve 1975 yılları arasında kadın emeği tarımsal işgücünden tarım dışı endüstriyel işgücüne yönelmiştir (Doğramacı, 1992: 110). 1970 yılında kadın nüfusunun okuryazarlık oranına bakıldığında, nüfusun okuma yazma bilen kadın oranı 41.80 iken, 1980’e gelindiğinde bu oran 54.69’a yükselmiştir. O dönemde yoğunlaşan köyden kente göç eden yüksek orandaki kadın işgücü, erkek işgücüne kıyasla çok daha uzun süre boyunca iş bulamamıştır (Yurt Ansiklopedisi, 1983: 4039).

Bu bilgiler ışığında görülmüştür ki gecekondu bölgelerindeki kadın nüfus oranı, erkeklerle kıyaslandığında, okur yazarlık oranı, cinsiyet ayrımcılığı ve toplumsal yaşama katılımında kadının önündeki engeller nedeniyle çok daha düşüktür (Karpaz, 2003: 159). Bunun bir nedeni ve aynı zamanda sonucu olarak da anlaşılacağı gibi yirminci yüzyıl, çocuk bakımı ve eğitimi, ‘iyi annelik’ ve kadının ev işlerinde iyi olmasının önemsendiği bir dönem olmuştur. Pek çok kadın 1970’lere kadar “ev hanımı” olarak çalışmış ve iş gücü piyasasında rol almamıştır fakat ekonomik zorluklar

ve erkek aile bireylerinin ekonomik bakımdan ailenin ihtiyaçlarını karşılayamaması, onları evin dışında da iş aramaya itmiştir (Kalaycıoğlu ve Ritterberg, 2001: 42). Yine de kadın emeğinin düşük ücretle ödendiği bir dönem olan 1970'ler Türkiye'sinde istatistiksel olarak incelendiğinde İstanbul'daki işgücünün yüzde 74.5'ini erkekler oluştururken sadece yüzde 16'sı kadınlar tarafından karşılanmaktaydı (Yurt Ansiklopedisi, 1983: 3995). Şirin Tekeli'nin (1982: 224) de belirttiği üzere, kadınlar arasındaki sendikalaşma ve toplu mücadelenin düşük oluşu ücret eşitsizliğinin devam etmesine neden olmuştur.

Yapılan bir araştırmaya göre (Şenyapılı ve Unat, 1979) 70'li yıllar Türkiye'sinde, İstanbul'da ev dışında çalışan kadın nüfusun yüzde 72'si fabrika işçisiydi ve yine aynı örnekte 1976-1977 yılları arasında İstanbul'da okuryazarlığı olmayan kadın oranı yüzde 48,7 olmuştur. Okuryazar olan kadınların eğitimi ise, yalnızca ilkökul düzeyinde kalmış ve lise eğitimine devam eden çok az sayıda kadın olmuştur. Bu araştırmanın sonucu olarak, gecekondü kadınının düşük seviyede eğitim aldığı ve o dönem oldukça popüler olan televizyon, roman, dergi gibi kaynakların onlar tarafından sosyal tabakalaşma ölçeğinde yükselmenin tek yolu olarak görüldüğünü söylemek mümkündür.

Tahmin edileceği gibi kadınlar arasındaki gerek düşük okur yazarlık oranı gerekse işgücüne düşük katılım oranı, kadının siyasete katılımında da benzerlikler göstermektedir. Bu aşamada siyasete katılımın iki türü olduğunu hatırlamak gerekmektedir; bireysel ve toplu katılım (Yaraman, 1999: 9). Türkiye'de kadınların, kadının yaşamında bir değişiklik yapmayacağı ve kadınlar arasında herhangi bir talep yaratmayacağı için yalnızca bireysel katılım konusunda cesaretlendirildikleri görülmüştür.

Hakların kazanılması noktasında hem sınıf mücadelesi bakımından hem de kadın mücadelesi açısından Batılı devletlerin öncü olduğu söylenebilir (Tekeli, 1979: 394). 1970 Türkiye'sinde ise kadınlardan politik mücadelenin içinde olmaları beklenirken, onlardan politik ya da sosyal açıdan bir talep gelmediği gibi o zamanlar Türkiye, Avrupa feminist hareketi terminolojisine de yabancıydı (Arat, 1986: 169). Örnek olarak "ataerkil" sözcüğü "eski moda gelenekler" şeklinde kullanılmıştır ve daha da kötüsü ataerkillik, kırsal bölgelerdeki bir tür aile yapılanması olarak tanımlanmıştır. Yani Batı'daki kadın mücadelesi o dönemde Türkiye gündemine girmemiştir denebilir.

Nermin Abadan Unat'ın (1998: 3) kadının sosyal statüsünün üç boyutu olduğu üzerine yapmış olduğu akademik çalışmalara göre "iktidarın sosyal yapılanması", "kadın bedenini kontrol altında tutan ideolojik yaklaşım" ve "işgücünün toplumsal cinsiyet bakımından ayrışması ile toplumsal cinsiyet rolleri" gösterilebilir. Yine Unat (1998: 4) Türkiye'deki kadın çalışmalarını beş

dönemde ele almaktadır. Bunların ilki için 1920-1930 arası dönem olan “Kemalist Reformlar Dönemi”, 1940’lar ila 1950’lere dayanan zaman dilimi ise ikinci dönem olarak belirtilmektedir. Üçüncü dönem ise, sosyal bilimcilerin çoğunlukla aile planlaması ve doğurganlık meselelerine kafa yorduğu 1960’lardan 1970’lerin ortalarına denk düşen dönemdir. Dördüncü dönem ise, BM tarafından 1975 yılının Uluslararası Kadın Yılı ilan edilmesiyle, kadın meselelerine halkın dikkatinin yoğunlaştığı yıllar olan 1970’lere denk gelmektedir. Beşinci dönem ise 1980 sonrası, kadın çalışmalarının feminizm düşüncesini kucakladığı dönemdir.

Kadınların yasal statüde eşit olmayan yönlerinin belirlenmesiyle ilgili olarak Unat, 27 kadın örgütü tarafından 5-8 Aralık 1975 tarihinde Ankara’da gerçekleşen bir kongrede ortaya konulan taleplerinden birkaçı aşağıda listelemektedir (Abadan Unat, 1998: 19).

- 1.Hane reisi sadece kocadır.
- 2.Kadınlar kocasının soyadını almalıdır.
- 3.Kadınların çalışmak ve mesleklerini icra etmek istemeleri durumunda kocalarından yasal izin almaları gerekmektedir, şeklindeki kararlar kaldırılmalıdır.

1970’lerde feminizm, sosyalist ve radikal feminizm şeklinde güçlü bir hareket olarak karşımıza çıkmaktadır (Keşoğlu, 2007: 168). Bununla birlikte 1970’ler Avrupasında bu feminizmle gelen değişim toplumsal bir değişim olarak algılanırken, Türkiye’de bir çeşit burjuva ideolojisi ve devrimin önünde duran engel olarak algılanmıştır denebilir. Nitekim kadın dergileri 1970’lere kadar zaman içinde gelişen siyasi değişimlerin etkisiyle kadın merkezli dergiler olmaktan çıkarak magazin, moda, güzellik, yemek, eliş gibi konuların odağa alındığı dergilere dönüşmüşlerdi (Kılıç ve Yılmaz, 2019: 2143). Bununla birlikte ikinci dalga feminizmin, dünyadaki gelişmelere paralel biçimde Türkiye’de de kadın kimliği, kadınlık meseleleri ve erkeğin dünyasında kadının yeri tartışmalarının baş gösterdiği bir dönem olarak 1970’li yıllar dikkati çekmektedir.

Bu amaçla çalışma, günümüzde yaşanan mizojininin temellerinin gerek dünya gerekse Türkiye açısından kadın meselesine bakışın yoğunluk kazandığı bir dönem olan 1970’ler Türkiye’inde, popüler kültür eliyle üretilen ve pekiştirilen kadın düşmanlığının görünür hale getirilmesine katkı sunmak amacıyla ilerlemiştir. Bu doğrultuda çalışmanın devamında sözü edilen araştırmaya yönelik yöntem, bulgular ve yorumlara yer verilecektir.

Çalışmanın Amacı ve Yöntemi

Amaç

Bu çalışmanın amacı 1970’ler Türkiye’inde popüler kültür unsuru niteliğinde olan kadın dergilerinde kadına yönelik mizojinik unsurlara rastlanıp rastlanmadığını ve rastlanıyorsa bunların

dergide nasıl yer aldığını tespit ederek, kadına dair olumsuz anlam içeren bakış açılarının ve davranış modellerinin neler olduğunu ve bu dergilerin sunduğu içerikler aracılığıyla ataerkil bakış açısının nasıl içselleştirildiğini belirlemektir. Buradan hareketle 1970’ler Türkiye’inde uzun süre popüler olma özelliği taşıyan örnek bir dergide içerik analizi tekniği ile veriler toplanmıştır.

Kadınlarla ilgili konulara halkın dikkatinin yoğunlaştığı yıllar olan 1970’ler aynı zamanda kadın dergilerinin de popüler olduğu yıllardır. Bu popüler dergilerden biri olarak ‘Hayat Dergisi’ İstanbul’da her hafta yayımlanan, bir haber ve aktüalite dergisi olmuştur. Dergi 1956’dan 1979’a kadar yayımlanarak dönemin en yüksek tirajlı dergisi olma ünvanını almıştır (Wikipedia, 2023). Ayrıca Hayat Dergisi, içerik açısından getirdiği yeniliklerle, Türkiye basın tarihi açısından bir dönüm noktası sayılmıştır. Dönemin, kadın konuları açısından yoğun bir dönem oluşu ve derginin de o dönemdeki en çok okunan dergi olması sebebiyle önem arz ettiği düşünülmektedir. Yani 70’li yıllara damga vuran kadın konusunun, dönemin en çok okunan dergisinde kendisine nasıl yer bulduğu konusu merak uyandırmaktadır. Zira dönemin, dünyada kadın meselesinin ön plana çıktığı yıllar olduğunun bir kanıtı olarak, BM’nin 1975 yılını Uluslararası Kadın Yılı ilan etmesinin, Türkiye kapsamında yansımalarının nasıl olduğunun, dönemin en çok okunan haber ve aktüalite dergisi olan Hayat Dergisi özelinde izlerinin sürülmesi hedeflenmiştir.

Bu amaçla yaklaşık olarak elli yıl geriye gidilerek dönemin en çok öne çıkan popüler kültür kaynaklarından biri olan Hayat Dergi’ si incelemesi sayesinde günümüzde yaşanan mizojininin temellerinin nereye dayandığı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu yönüyle bakıldığında elde edilen bulgular, günümüzde yaşanan mizojininin yaklaşık elli yıl önce popüler kültür eliyle yoğun bir biçimde kendini gösterdiğiidir. Bu bilgiler ışığında vurgulanması gereken şey mizojininin, günümüzde olduğu gibi elli yıl önce de popüler kültür tarafından üretilen ve pekiştirilen bir olgu olduğudur.

Yöntem

Popüler ve yerli bir dergide 70’ler Türkiye’inde mizojini etkilerinin incelenmesi üzerine yapılan bu çalışmada, literatür incelenerek ulaşılan temalar aracılığıyla popüler dergi niteliği taşıyan örnek dergiden toplanan verilerde mizojinik unsurların neler olduğu ve hangi sıklıkta görüldüğü içerik analizi tekniği ile değerlendirilmiştir. Temel olarak içeriğin düz anlamına odaklanan içerik analizi ulaşılmaya çalışılan tutum, değer yargısı ve bakış açılarının ne sıklıkta ortaya çıktığını da belirleme özelliğine sahiptir (Fiske, 2014: 187). Bu sayede içeriğin altında yatan ya da içinde saklı olabilecek gerçeklerin ortaya çıkarılması da mümkün olabilmektedir. Burada temel olarak hedeflenen şey toplanan verilerin kavramlarla açıklanabilmesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 227). Toplanan veriler ilk olarak kavramsallaştırılmalı, devamında bu kavramlar bir düzene

sokulmalı ve elde edilen verileri açıklayacak temalara ulaşılmalıdır. Bu amaçla birbirine benzer özellik gösteren veriler belirli kavramlar ve temalar ekseninde bir düzen sağlanarak okuyucunun anlamlandırmasını kolaylaştırıcı bir nitelikte düzenlenmelidir. Bu süreci özetlemek gerekirse ilk olarak verilerin kodlanması, ikinci olarak temaların bulunması, kodlarla temaların düzenli hale getirilmesi ve son olarak da bulguların tanımlanarak yorumlanması şeklindeki bir düzende çalışma ilerletilmiştir.

Bu çalışmanın evrenini, 70’ler Türkiye’inde çok okunma oranlarına sahip yerli ve popüler dergiler oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise dönemin en popüler yerli dergisi olan “Hayat” dergisidir. Bu derginin 1970’lerin başı, ortası ve sonu şeklinde bir mantık yürütülerek oluşturulan 1970, 1971, 1974, 1975, 1977, 1978 yıllarına ait 6 sayısı sayfa sayfa incelenmiştir.

Analizin ilk aşamasında araştırmacı seçilen derginin örneklemindeki altı dergiyi sayfa sayfa inceleyerek mizojinik anlam taşıdığını düşündüğü haber, reklam, köşe yazısı, fotoğraf, resim, yazı vb. her birini dergi yıl ve sayı belirterek ve veri numarası vererek hangi dergi sayısında hangi türden bir veri olduğuna dair sunulan mizojinik unsurları tespit etmeye çalışmıştır (bkz. Ek 1).

İkinci aşamada ise araştırmacıdan bağımsız olarak iki ayrı kodlayıcı da her bir veriyi kavramsal çerçevede sunulan temalarla eşleştirmiş ve verinin ilişkili olduğu temanın kodunu tabloya işlemiştir. Araştırmacının da aynı işlemi yapmasıyla ilgili temalar üç ayrı kodlayıcı tarafından üç ayrı bakış açısından yararlanılarak tablo üzerinde gösterilmiştir.

Bu çalışmada güvenilirlik açısından hassasiyet gösterilerek çalışma konusu popüler dergi incelenirken araştırmacı dışında iki kodlayıcı, farklı zamanlarda kodlama işlemini yapmıştır ve bu sayede çeşitleme yönteminin güvenilirlik artırıcı etkisinden faydalanılmıştır. Şimşek’e ve Yıldırım’a göre (2011: 267) araştırılan konu açısından her bireyin farklı algılama, kavrayış ve bakış açılarına sahip olması doğaldır ve bu sebeple farklı görüşleri ve anlayışları ortaya çıkarmak da esas amaçlardan biridir. Buradan hareketle çalışmada birbirinden farklı özelliklere sahip ancak kadın meselesinde farkındalığı olan iki kodlayıcının çalışmaya dahil edilmesiyle farklı algılama biçimlerinin neticesinde çoklu gerçekliklere ulaşılması sağlanmıştır. Sonuç olarak çalışmanın verileri, araştırmacı dahil olmak üzere üç kodlayıcının birbirinden bağımsız olarak yapmış oldukları kodlamalarda, en az ikisinin yine birbirinden bağımsız bir şekilde üzerinde mutabık oldukları eşleştirmeler sonucunda oluşmuştur ve hangi temanın incelenen dergide en fazla frekansa sahip olduğuna bağlı olarak bir sonuca varılarak çalışmanın bulguları sunulmuştur ve yorumlanmıştır.

Analizin Kavramsal Çerçevesi

Bu çalışmada literatür taranarak ulaşılan mizojininin kavramsal çerçevesi açısından kadın düşmanı tutum ve davranışlar ve bunların sonuçları şeklinde bir kategorileştirmeye gidilmesi gerektiği düşünülmüştür. Bu doğrultuda düşünüldüğünde mizojiniye neden olan kök sebeplerin toplum üzerindeki etkisinin tutum ya da gözlemlenebilir davranış olarak yansıdığı ve bunların beklenen bir sonucu olarak da kadınların siyasi, ekonomik ve toplumsal açıdan dezavantajlı konumda oldukları sonuçlara maruz kaldıkları görülmektedir. Dergi incelenirken karşılaştırılması muhtemel mizojinik unsurlar sözü edilen iki kategoriden birine uygun düşecek şekilde incelenerek aşağıdaki tablo aracılığıyla somutlaştırılmıştır.

Tablo 1.

Mizojinik Tutumlar ve Sonuçlar

A-Mizojinik Tutumlar:	B- Mizojinik Sonuçlar:
1- Hegemonik erkeklik	1-Toplumsal cinsiyet eşitsizliği
2-Cinsel obje olarak görülen kadın	2-Şiddet
3-Kadının namusu erkeğindir inancı	3-Yoksulluğun kadınlaşması
4-Kadın erkeğin mülküdür inancı	4-Karar almadan dışlanma
5-Kadının ikincil olduğu inancı	5-Ekonomik hayattan dışlanma
6-Cinsiyete bağlı rol ayrımı	6-Sosyal hayattan dışlanma
7-Kadın bedeninin meta olarak görülmesi	7- İdeal güzellik dayatması
8-İçselleşmiş kadın düşmanlığı	
9-Kadını melek ya da şeytan olarak niteleme	
10-İdeal güzellik algısı	

Tablonun sunduğu bilgilere göre mizojininin kavramsal çerçevesi iki ana, on yedi de alt temadan oluşmaktadır. Literatür incelemesi neticesinde ulaşılan bu kategoriler, araştırmacının da içinde bulunduğu toplam üç kodlayıcı tarafından incelenen dergiden elde edilerek içerik analizine tabi tutulan temaları sunmaktadır.

Çalışmanın Bulguları

Araştırma konusu derginin analize dahil edilen altı sayısında yapılan içerik analizi sonuçlarına göre kavramsal çerçeveye göre kodlanmış temaların görülme sıklığı şu şekildedir:

Tabloda görülen mizojinik tutum ve mizojinik sonuçlara ilişkin toplam on yedi temanın üç ayrı kodlayıcının, birbirinden bağımsız olarak yapmış oldukları ‘veri-tema’ eşleştirmesi neticesinde elde edilen veriler en az iki kodlayıcının üzerinde hemfikir olmaları sonucu oluşturulmuştur.

Tablo 2.

Mizojinik Tutum ve Sonuçlara Ait Temalar ve Sıklıkları

A-Mizojinik Tutumlar: Temalar	Sıklık	B- Mizojinik Sonuçlar: Temalar	Sıklık
1-Hegemonik erkeklik	60	1-Toplumsal cinsiyet eşitsizliği	59
2-Cinsel obje olarak görülen kadın	32	2-Şiddet	2
3-Kadının namusu erkeğindir inancı	1	3-Yoksulluğun kadınlaşması	1
4-Kadın erkeğin mülküdür inancı	5	4-Karar almadan dışlanma	1
5-Kadının ikincil olduğu inancı	7	5-Ekonomik hayattan dışlanma	1
6-Cinsiyete bağlı rol ayrımı	49	6-Sosyal hayattan dışlanma	1
7-Kadın bedeninin meta olarak görülmesi	40	7- İdeal güzellik dayatması	37
8-İçselleşmiş kadın düşmanlığı	4		
9-Kadını melek ya da şeytan olarak niteleme	6		
10-İdeal güzellik algısı	36		
TOPLAM	240	TOPLAM	102

Bulguların Yorumu

Cumhuriyet dönemi popüler kadın dergilerinde mizojini etkilerinin incelenmesi üzerine yapılan bu çalışmada elde edilen bulguların yorumu şu şekildedir:



Görsel 1.

Mizojinik Örnekler 1, Hayat Dergisi, 20 Kasım 1975, sayı: 47, sayfa: 61.

Hayat dergisinin reklam sayfalarından birinde yer alan bu görsel ve metin içeriği incelendiğinde “ben çamaşırcınız/ boydan boya kanatlarımla 2 misli temiz ve çabuk yıkarım” başlığının altında esasında bir çamaşır makinası reklamı yapıldığı görülmektedir. Bununla birlikte makinanın dile gelip konuşması halinde, onu bir kadın görseliyle yansıtmak, çamaşır makinasını kadın bedeninde resmederek, 70’ler Türkiye’si açısından bu durumun makul görüldüğü sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Bu da bizlere kadınların toplumsal cinsiyet rolleri bakımından temizlik işlerinden sorumlu olan olarak görüldüğünü göstermektedir. Dahası görseldeki kadının gülümseyerek resmedilmiş olması yaptığı işten ve sorumluluğu olan temizlik işini yerine getirmekten ne kadar memnun olduğu mesajını vererek toplumsal cinsiyete dair rollerin altını bir kez daha çizdiği düşünülmektedir.



Görsel 2.

Mizojinik Örnekler 2, Soldaki Kaynak: Hayat Dergisi, 1 Haziran 1978, sayı: 23, sayfa: 51, Sağdaki Kaynak: Hayat Dergisi, 20 Kasım 1975, sayı: 47, sayfa: 31.

Aynı şekilde dergide, kadınları temizlik işinden sorumlu olan olarak gösteren ve kadınların bu sorumluluğu yerine getirmekten duyduğu memnuniyeti yansıtan diğer örnekler de yukarıdaki görsellerde verilmiştir. Nas'a göre de (2015:16) kadınların hizmet eden konumunda gönüllü ve bundan memnun şekilde yansıtılması, onlara dayatılan toplumsal cinsiyet rollerinin görünmez hale gelmesine neden olabilmektedir. Buna örnek olarak soldaki temizlik ürünü reklamında halı temizleyici ürün ile ilgili verilen bilgilerin içeriğinde geçen şu cümlede “Güçlülükle sahip olunan, evimizin süsü, konforu halılarımızın temizliği *çağlar boyu kadınlarımızın* korkulu rüyası olmuştur.” ifadesi yer almaktadır. Belirtildiği gibi çağlar boyu temizlik işlerinden sorumlu olarak görülen kadınlar olmuştur. Yine benzer şekilde sağdaki sayfada toplumsal cinsiyet rollerine uygun şekilde temizlik işinden sorumlu ve bu sorumluluğu mutlu bir şekilde yerine getiren olarak resmedilmiş olan kadın figürü yer almaktadır. Her iki görselde de kadının ev dışında bir mekanda resmedilmemiş olması da cinsiyete bağlı rol ayrımını bariz bir şekilde göstermektedir. Kullanılan görsellerin hiçbirinde mutfakta bir erkeğin görülmemesi de bu bulguyu pekiştirmektedir.



Görsel 3.

Mizojinik Örnekler 3, Kaynak: Hayat Dergisi, 4 Mart 1971, sayı:10, sayfa: 32.

“Persil’den vazgeçmem” şeklinde başlık atılan sayfada ise, bir kadının elinde yıkanmış örtüyü sergilemekten duyduğu memnuniyeti gösteren, toplumsal rollere dair bir alt metin sunulmuştur. Burada dikkatin çekilmesi gereken bir diğer nokta ise reklam ürününün üzerindeki görselde “iki şampiyonlu yıkayıcı” yazısının, yazının hemen altında yer alan pelerin giymiş iki erkeğin resmedilerek sunulmasıdır. Yani zor olan bir işi başaran konumunda olan, dahası şampiyonluğun erkeğe uygun bir özellik olduğunu düşünen bakış açısının bir yansıması olarak sunulan erkek figürleri de yine cinsiyete bağlı rol ayrımının bir örneği olarak incelenen dergide yer almaktadır.



Görsel 4.

Mizojinik Örnekler 4, Kaynak: Hayat Dergisi, 20 Kasım 1975, sayı: 47, sayfa: 21.

İlgili görselde ise yansıtılan, kadınlık rollerinden biri olarak görülen temizlik işlerini yapmanın yanı sıra yıkadığı veya ütilediği gömleği eşine giydiren, onu dışarıya, belki işine uğurlamak üzere memnuniyetle görevini yerine getirmiş kadın ve bu halden memnuniyet duyan erkek görselidir. Goffman’ın da belirttiği gibi herhangi bir ürünün reklamında kadınlar ev içi ile sınırlandırılan, banyo ve mutfak gibi mekanlarda hizmet eden ve edilgen konumda yansıtılırken, erkekler kadınlara kıyasla daha aktif ve karar veren konumunda yansıtılmaktadır (1979: 43). Burada kadınların ev içiyle sınırlanan rollerinin altının çizildiği ve pekiştirildiği düşünülmektedir.



Görsel 5.

Mizojinik Örnekler 5, Kaynak: Hayat Dergisi, 10 Eylül 1970, sayı: 37, sayfa: 23

Sıradaki görselde ise bir temizlik ürünü olarak sabun reklamının yapılması sırasında kadınların kullanılış biçimiyle ilgili çarpıcı detaylara rastlanmaktadır. Sayfada en üstte yer alan fotoğrafta kadınlardan birinin diğerinin kulağına eğilerek bir sırrı paylaşmışçasına ifade ettiği şey “Bugün artık problem olmaktan çıktı. Ter kokusu ile etrafındakileri rahatsız etmemek için Reward deodorant kullan” ifadesi olmuştur. Hem bu görselde hem de incelenen derginin 6 sayısının tamamında neredeyse tüm temizlik ürünleri kadınlar eşliğinde resmedilmiştir. Temizliği yapan kadar temiz olması gereken de kadınlar olarak yansıtılmıştır. İkinci olarak ilgili görsel sol alt fotoğrafta yarı çıplak banyo yapar vaziyette bir kadın görseli kullanılarak, kadın bedenini cinsel obje ve meta olarak gören bir zihniyetin yansıması olarak yer almaktadır. Üstelik bu durum sayfada hemen sağ taraftaki fotoğrafta elinde sigarası, ter kokmayan temiz vücudun verdiği güvenle gülümseyen kadının kendisine alıcı gözlerle bakan üç erkek tarafından etrafının sarılmasıyla resmedilerek bir kez daha öne çıkarılmaktadır. Yani sayfanın neredeyse tamamında reklamı yapılan sabun değil kadın bedenidir ve beden vurgusuyla kadının metalaştırıldığı görülmektedir. Ayrıca kadının bedeninin meta olarak kullanılması, ürünün alıcısı olarak hedeflenen kitlenin erkekler olarak varsayıldığını da göstermektedir. Kısacası temizlik ürünlerini kullanması gerektiği düşünülen hedef kitle kadınlar, ürünü alacak mali gücü elinde tutan kitle erkekler olarak kabul edilmiş ve buna yönelik bir çalışma yapılmıştır.



Görsel 6.

Mizojinik Örnekler 6, Kaynak: Hayat Dergisi, 10 Eylül 1970, sayı: 37, sayfa: 72

Yine görselde otobüste ayakta durmaya çalışan bir kadın için deodorant kullanımı üzerine hazırlanan reklam sayfasında kendisine meraklı ve alıcı gözlerle bakan erkekler resmedilerek ideal güzel kadın imajının vurgulandığı görülmektedir. İdealize edilen güzelliğin ölçülerine ise “güzel kadın” a bakan erkeklerin karar verdiği, kadının buna dair edilgen pozisyonda olduğu ve güzel

olmakla ilgili tüm amacının bir başka erkek tarafından beğenilmek, taktir görmek üzerine olması gerektiğinin vurgulandığı düşünülmektedir.



Görsel 7.

Mizojinik Örnekler 7, Soldaki Kaynak: Hayat Dergisi, 4 Mart 1971, sayı:10, sayfa: 48
Sağdaki Kaynak: Hayat Dergisi, 4 Mart 1971, sayı:10, sayfa: 43

Yukarıdaki her iki görsel de incelendiğinde ideal kadın güzelliği üzerine yapılan vurgu ortaya çıkacaktır. Soldaki görselden anlaşıldığı üzere “Hiç değişmemişsiniz.” şeklindeki ifadeyi kadınların belli bir yaşa kadar duymak istemeyeceği, bir yaştan sonra da duymadan edemeyeceği vurgusu yapılarak genç ve güzel görünümü sürdürmek konusunda oldukça genel bir ifade kullanılmıştır. Zira toplumsal bakış açısından yola çıkılarak bakıldığında hangi yaşta olursa olsun genç ve güzel kalması gereken olarak sunulan kadınlar, ideal güzellik algısıyla yaşamak zorunda bırakılmıştır. Demez’ in ve Timurturkan’ ın (2018: 253) da belirttiği gibi kadınlardan beklenen, kadınlar kaç yaşında olursa olsun piyasa tarafından yüceltilen gençlik ve güzellik algısına uygun yaşayarak pazarın birer müşterisi olmalarıdır. Sağ taraftaki görsel de bu durumu doğrular nitelikte bir örnek sunmaktadır. Sayfanın başında “güzel kadın olma sanatı” ansiklopedik kadın dergisinin reklamı yapılmaktadır. Yani anlaşılacağı üzere bir standarda, kalıba sokulan kadın bedeniyle ilgili incelikli bir çaba verilmiştir.



Görsel 8.

Mizojinik Örnekler 8, Kaynak: Hayat Dergisi, 18 Nisan 1974, sayı: 17, sayfa: 43.

Bu görselde ise “Güzelliğin 10 sırrı” şeklinde atılan başlığı takiben güzel kadın olmakla ilgili yüz yapısından tutun da cilt, kişilik, vücut, saçlar, makyaj, eller, tavırlar, tebessüm etme ve temiz kadın olmaya varana dek standart kalıplar halinde oluşturulan güzel kadına dair sırlar verilmektedir. Görüldüğü ve pek çok örneğinin de verildiği gibi ideal güzel kadın vurgusu yapan dergide her ne kadar odak kadına dair mizojinik unsurların tespiti olsa da bir yandan da aynı türden vurgunun erkeler açısından yapıлып yapılmadığına da bakılmıştır. Görülen şudur ki yakışıklı, bakımlı, temiz ve temizlikle ilgili olan erkek vurgusuna neredeyse hiç rastlanmamıştır. Bu da toplumsal cinsiyete dair kadın açısından algıyı bir kez daha ortaya çıkarmaktadır.



Görsel 9.

Mizojinik Örnekler 9, Soldaki Kaynak: Hayat Dergisi, 10 Eylül 1970, sayı: 37, sayfa: 17
Sağdaki Kaynak: Hayat Dergisi, 18 Nisan 1974, sayı: 17, sayfa: 39.

Sıradaki iki görsel kadar kadınların temizlik ve güzellikle ilgili olarak maruz kaldıkları bakış açısından örnekler sunulmuştur. Yukarıdaki görsellerde ise yine toplumsal açıdan konumu ev içi ile sınırlandırılan kadınların mutfak işleri ile ilgili olmalarına dair iki görselin taşıdığı anlama odaklanılacaktır. Soldaki görselde salça reklamı yapılırken ev hanımı olarak yansıtılan kadın figürü, reklam ürünü olan salça ile yaptığı yemeklerin evdeki diğer kişiler tarafından ne kadar beğenildiğini mutlu bir yüz ifadesiyle anlatıyor. Zira yemek, temizlik gibi işler kadınlara ait sorumluluklar olarak görüldüğünden söz konusu işleri sahiplenerek bu bakış açısını kadınların bizzat kendilerinin ne derece içselleştirdiğini de burada görmekteyiz. Sağdaki görselde ise yine yemek yaparken kullandığı yağın tanıtımı için verilen fotoğrafta elinde yemek dolu bir kâseyi tutan kadın halinden memnun bir şekilde gülümsemektedir. Hemen fotoğrafın üstündeki yazıda ise şöyle bir bölüm vardır: “Feyhan Kırbaç’ın yuvalarını sıcak tutmak isteyen hanımlara bir öğüdü var: beylerine SANA’yla Kış Çorbası’nı pişirmeleri!”. Bu cümleden anlaşılacağı üzere mutlu bir aile sahibi olmanın yolu kadınların mutfakta beylerine lezzetli yemekler yapmaları şeklindedir. Yani

kadınlar yine ev içi ile sınırlandırılarak mutfak işleri ve temizlik işlerini yapan, hizmet eden konumunda yansıtılmaktadır.



Görsel 10.

Mizojinik Örnekler 10, Kaynak: Hayat Dergisi, 20 Kasım 1975, sayı: 47, sayfa: 55.

Yukarıdaki görsel ise yine dergide bir margarin reklamı yapılırken toplumsal cinsiyet rolleri kullanılarak yansıtılmıştır. Burada fırından bir tepsi böreği çıkartan bir kadının, elinde kız bebek oyuncuğu ile annesine “Bu börekten Ayşegül de yesin mi, anne?” diyen bir kız çocuğunun var olan toplumsal rollerle doğru orantılı olarak kurgulanan fotoğraf karesini görmekteyiz. Anne rolündeki kadın yaptığı işten son derece memnun bir şekilde resmedilirken, onu mutfakta gören kız çocuğunun da elindeki oyuncuğu ile kurguladığı evcilik oyunundan anlaşılacağı gibi daha şimdiden cinsiyete dair roller ölçüsünde hareket ettiğini görmekteyiz. Bu görselde kız çocuğunun elindeki oyuncak seçimi de yine cinsiyetlendirilmiş pek çok şey gibi kız çocuklara uygun görülen oyuncak türünde yansıtılarak toplumsal cinsiyete dair birden çok mesaj veren bir görsel olmuştur.



Görsel 11.

Mizojinik Örnekler 11, Kaynak: Hayat Dergisi, 20 Kasım 1975, sayı: 47, sayfa: 18.

Kadını ev içiyle sınırlı tutan ataerkil bakış açısının bir başka yansımasını da sıradaki görselde görmekteyiz. Görselde 101 çeşit gıda ürününün marka adı olarak sunulan “hanım eli” ürünlerinin reklamı yapılırken daha en başta bu ürünlere bu ismin verilmesinin boş yere olmadığı düşünülmektedir. Zira reklamın söylemi olan “sofra hanım eli ile kurulur” ifadesi de cinsiyete bağlı olarak ayrılan rollerin bir örneğini sunmaktadır. 1970’li yıllar açısından bakıldığında toplumsal cinsiyet bakış açısının bir yansıması olarak yemek yapanın, mutfağın sahibinin kadın olması sebebiyle reklama bu başlık atılabilmiştir.



Görsel 12.

Mizojinik Örnekler 12, Soldaki kaynak: Hayat Dergisi, 4 Mart 1971, sayı:10, sayfa: 29

Sağdaki kaynak: Hayat Dergisi, 4 Mart 1971, sayı:10, sayfa: 20-21

1970’lerde ev içine mahkûm edilmeyen yani çalışabilen hatta belli bir üne sahip olan kadınlar açısından durumun nasıl olduğu sorusu akla geldiğinde yukarıdaki iki görseli incelemek gerekecektir. Soldaki görselde dönemin ünlü İtalyan sinema sanatçısı için “seks kraliçesi” ifadesi kullanılmaktadır. Dahası ünlü oyuncunun dönemin popüler dergisi olarak Hayat dergisinde kullanılan görseli son derece pornografik bir şekilde sunulmaktadır. Yine sağdaki görselde de benzer şekilde dönemin ünlü bir oyuncusu olan Suna Keskin hakkında güzelleşmek için iki saatin yeterli olduğuyula ilgili yapılan bir haberde oyuncunun bu uğurda yaptıkları pornografik bir dille

yazılmakla kalmamış aynı zamanda oyuncu, kadın bedeninin objeleştirildiği bir halde yansıtılmıştır.



Görsel 13.

Mizojinik Örnekler 13, Kaynak: Hayat Dergisi, 1 Haziran 1978, sayı: 23, sayfa: 28-29.

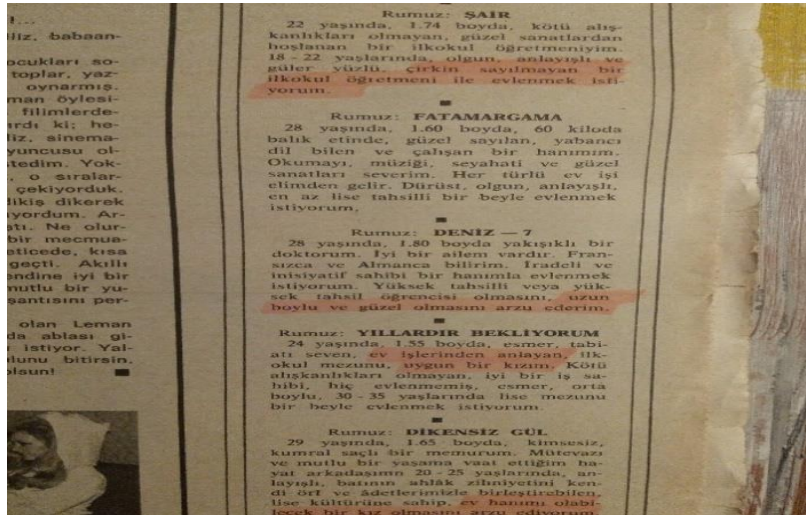
“Her gün terleyen sağlığını kazanır!” şeklinde atılan başlıkla ilgili haberin içeriğine bakıldığında spor yapmanın öneminden söz ettiğini görüyoruz. Bununla birlikte sayfada iki kadın üç de erkek fotoğrafı olmak üzere toplam beş kişi yer almaktadır. Kadınların son derece pornografik ve aslında haberin içeriği ile uyumlu olmayan görseli ile erkeklerin fotoğraflanma şekilleri kıyaslandığında kadın bedeni ile ilgili olarak yapılmaya çalışılan şey açıktır. Cinsel obje ya da meta olarak görülen kadın bedeni dergide görüldüğü şekilde yansıtılırken aynı şey erkek bedeni için yapılmamıştır. Burada durup düşünüldüğünde bunun toplumsal olarak inşa edilen bir durum olduğu, bu görsellerin de bu bakış açısını yansıtan somut veriler olduğu ortadadır.



Görsel 14.

Mizojinik Örnekler 14, Soldaki Kaynak: Hayat Dergisi, 10 Eylül 1970, sayı: 37, sayfa: arka kapak fotoğrafı, Sağdaki kaynak: Hayat Dergisi, 1 Haziran 1978, sayı: 23, sayfa: 4.

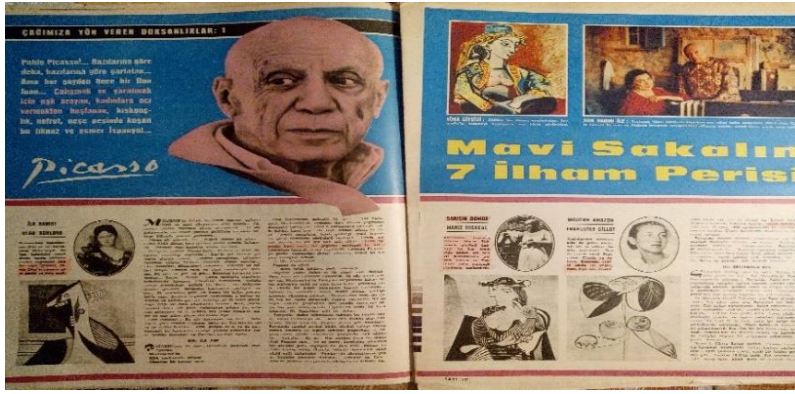
Yukarıdaki ilk görselde esasında bir gazoz reklamı, ikinci görselde ise bot reklamı yapılmaktadır. Soldaki görselde kullanılan bikinili bir kadın fotoğrafıdır. Burada bir erkek ve bir kadın ya da yalnızca bir erkek fotoğrafı kullanmak yerine gazozunu yudumlayan bikinili bir kadın fotoğrafı tercih edilmiştir. Sağdaki görselde ise yine pornografik mesajlar verir halde fotoğraflanmış, bot reklamı açısından tezat oluşturan bir halde üzerinde gecelikle poz vermiş bir kadın görseli yer almaktadır. Bu görsellerin tamamına bu açıdan bakıldığında, kadın bedenine yönelik şiddetin her an, her alanda sürdüğü görülmektedir. Yani kadın ister ev içiyle sınırlandırılmış olsun, isterse çalışan, kendi ekonomik gücünü elinde bulunduran olsun, kadın bedeni kullanarak yapılan haberin bir gazoz reklamı olması ya da spora teşvik etmeyi amaçlayan bir haber olması arasında hiçbir fark olmadan, kadının bedeni meta olarak sunulmaya devam etmiştir. Özetle kadın ikincil, hizmet eden, ideal güzellik algısına dair beklentileri karşılama gereken ya da cinsel obje olarak metalaştırılan konumunda görülmektedir.



Görsel 15.

Mizojinik Örnekler 15, Kaynak: Hayat Dergisi, 4 Mart 1971, sayı: 10, sayfa: 19.

Dergide “Hayat Arkadaşı Servisi” adında kadınlar ve erkekler tarafından evlenmek üzere bir eş arayan kişilerin, önce kendini tanıttığı ve arkasından da kendisi için nasıl birinin uygun olduğuna dair isteklerini dile getirdikleri bir bölüm yer almaktadır. Bu bölümdeki ifadelerden örnekler verecek olursak evlenmek istediği kadın için “çirkin sayılmayan, uzun boylu ve güzel olan, ev hanımı olabilecek bir kız” gibi ifadeler kullanılırken kendini tanıtan bir kadının “ev işlerinden anlayan, uygun bir kızım” gibi bir ifade kullandığı görülmektedir. Tüm bu ifadeler, derginin çeşitli görsel ve ifadeler kullanarak bu örnekte daha önce de sunduğu gibi toplumsal cinsiyet bakış açısını yansıtır şekilde ortaya konulmuştur. Peki bu eşitsiz, cinsiyetçi bakış açısı o dönemlerde sosyokültürel açıdan daha alt seviyedeki kişiler tarafından mı benimsenmekteydi yoksa bu durum toplumun tamamına sosyokültürel ve sosyoekonomik düzeye bakılmaksızın sirayet eden bir gerçeklik miydi sorusu akla gelmektedir.

**Görsel 16.**

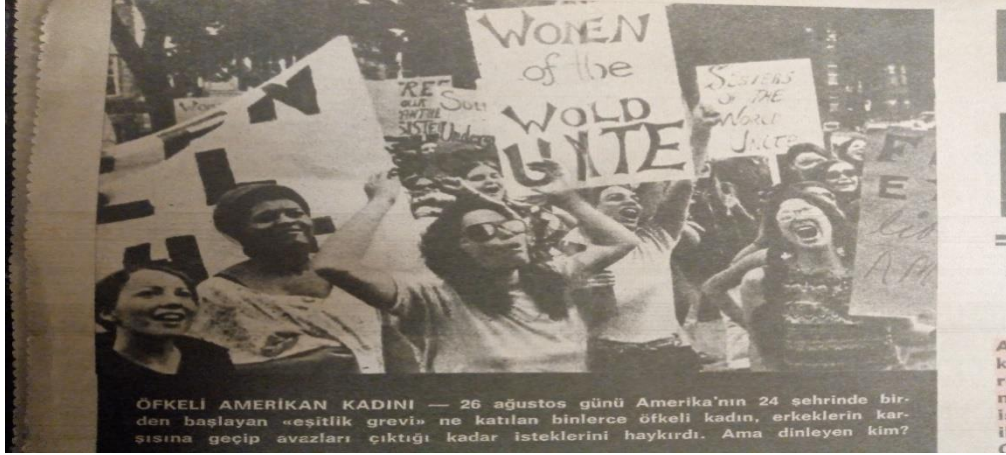
Mizojinik Örnekler 16, Kaynak: Hayat Dergisi, 4 Mart 1971, sayı: 10, sayfa: 16-17.

**Görsel 17.**

Mizojinik Örnekler 17, Kaynak: Hayat Dergisi, 4 Mart 1971, sayı: 10, sayfa: 18.

Pablo Picasso'nun konu edildiği bölüme "Mavi Sakalın 7 İlham Perisi" başlığı atılarak Picasso'nun hayatına giren kadınların ve onlara dair hisleriyle bağlantılı olarak hayatındaki kadınları nasıl resmettiğinin konu alındığı bir bölüm sunulmaktadır. İlk kısımda Picasso için "çalışmak ve yaratmak için aşk arayan, kadınlara acı vermekten hoşlanan." biri olduğunun altı çizilmektedir. Kadınların tamamı "Picasso'nun kadınları" olarak sunulmaktadır ikinci görselde Picasso "90'ındaki dev" şeklinde tanımlanarak "çocuk veren kadınlar" başlığının altında evlendiği ya da birliktelik yaşadığı kadınlar ve çocukları yer almaktadır. Haberin tamamında Picasso için her ne kadar kadınlara acı vermekten hoşlanan biri olduğu ifadesi yer alsada "Çağımıza yön veren doksanlıklar" ya da "90'ındaki dev" gibi ifadelerle Picasso esasında övülen konumdadır. Bu örnekte de görüldüğü gibi dünyaca ünlü bir sanatçı da onu anlatan dergi yazarları da sosyokültürel seviyesi ne olursa olsun içinde bulunduğu toplumun aynası niteliğindeki örnekler sunmaktadır. Kadınların eğitilmiş ya da çalışan olup olmadığına bağlı olmaksızın, her kadının o ya da bu şekilde

o ya da bu düzeyde maruz kaldıkları bu eşitsiz, cinsiyetçi bakış açısına hiç dur deme gereği hissedip hissetmedikleri merak konusuyken aşağıdaki görsellerle karşılaşmıştır.



Görsel 18.

Mizojinik Örnekler 18, Kaynak: Hayat Dergisi, 10 Eylül 1970, sayı: 37, sayfa: 12.

Eşitlik için 26 Ağustos'ta Amerika'nın 24 şehrinde gösteriler yapan kadınların olduğu fotoğrafın altında "Öfkeli Amerikan Kadını" şeklinde giriş yapılarak ifade edilen kadınlar için "öfkeli, erkeklerin karşısına geçip avazları çıktığı kadar haykıran kadınlar" ifadesi kullanılarak kadınların bu mücadelesi için alaycı bir dil kullanılmıştır. Yazının devamında ise "Ama dinleyen kim?" şeklinde bu çabanın kimse tarafından ciddiye alınmadığı vurgusu yapılmaktadır.



Görsel 19.

Mizojinik Örnekler 19, Kaynak: Hayat Dergisi, 10 Eylül 1970, sayı: 37, sayfa: 12-13

Haberin tamamının yansıtıldığı yukarıdaki görselde ise "Amerikalı Kadından Sonra 1-İh (hayır) Demek Sırası Türk Kadınına Da Gelecek Mi?" başlıklı yazının, o döneme ait toplumun, toplumsal cinsiyet eşitliği konusundaki yaklaşımını anlamak açısından yazının tamamına değinmekte fayda görülmektedir. İlk olarak zamanın değerli tiyatro ve sinema oyuncuları olan Ayten Gökçer ve Lale Oraloğlu için "BİZDEKİ İLK GÖSTERİCİLER- Amerikalı kadınların

eşitlik isteyen grevinden çok önce bizde bu işin tohumlarını iki sanatçı atmıştı: Ayten Gökçer ve Lale Oraloğlu. *Ama onların eşitlik grevi ancak sahnede oldu.* Yunanlı yazar Aristoteles'in "Lysistrata" adlı oyununda başrolü oynarken 2 artist, hemcinslerini erkeklere "ı-ıh" demeye davet ediyordu." şeklinde ifade edilen kadın mücadelesi hafife alınarak bunun beyhude bir çaba olduğunun altı çizilmektedir.

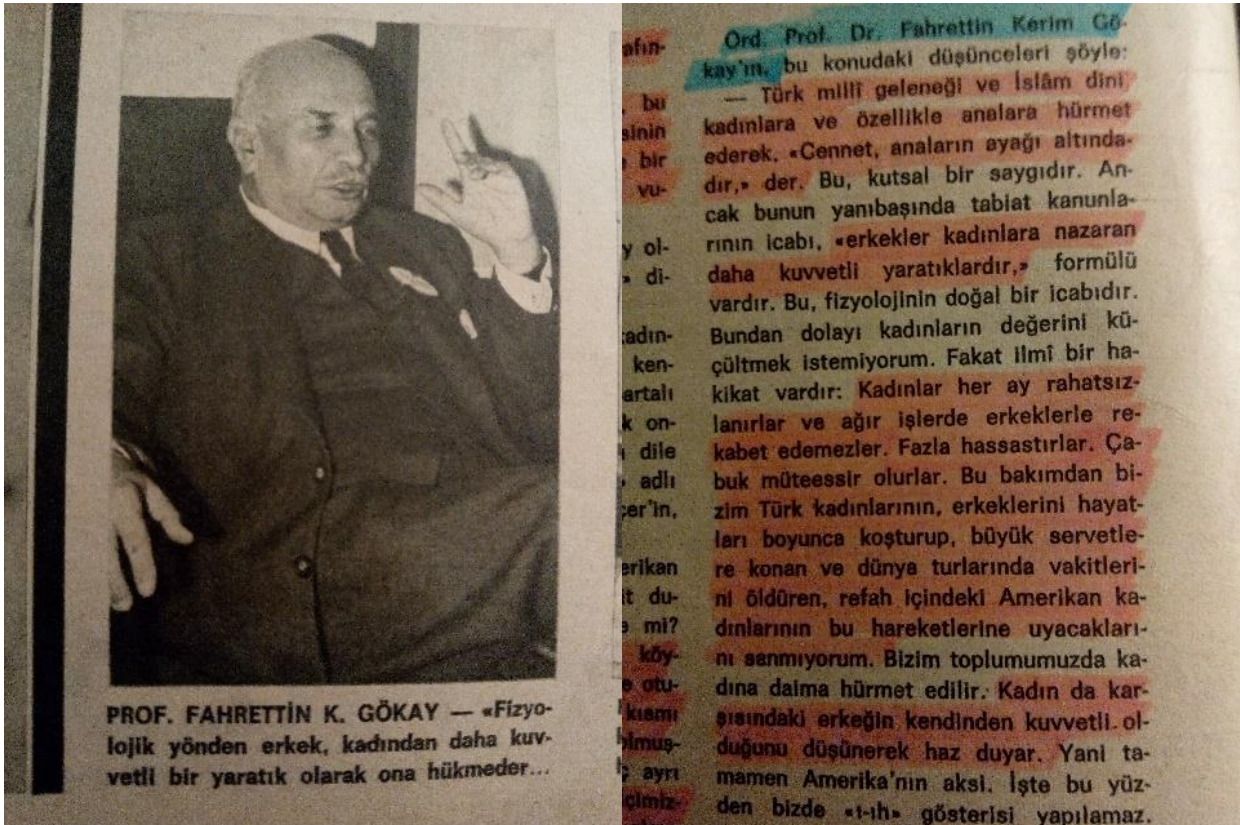
Öte yandan kısaca değinecek olursak dergide zamanın diğer aktör ve aktrislerinin kadın mücadelesine yönelik görüşleri sorulduğunda alınan yanıtlar şu şekildedir:

Aktör Cüneyt Gökçer- "Bir gün ı-ıh diyen kadın ertesi gün mutlaka 'He' diyecektir."

Balerin Binay Berken- "Kadınlarımız ı-ıh deseler bile kocalar bu ı-ıh 'tan anlayacaklar mı bakalım? Bizde yürümez."

Doktor İhsan Ünlüer- "Ülkemizde kadın enflasyonu var. Onun için menfaatleri icabı daima "He" demeleri lazım..."

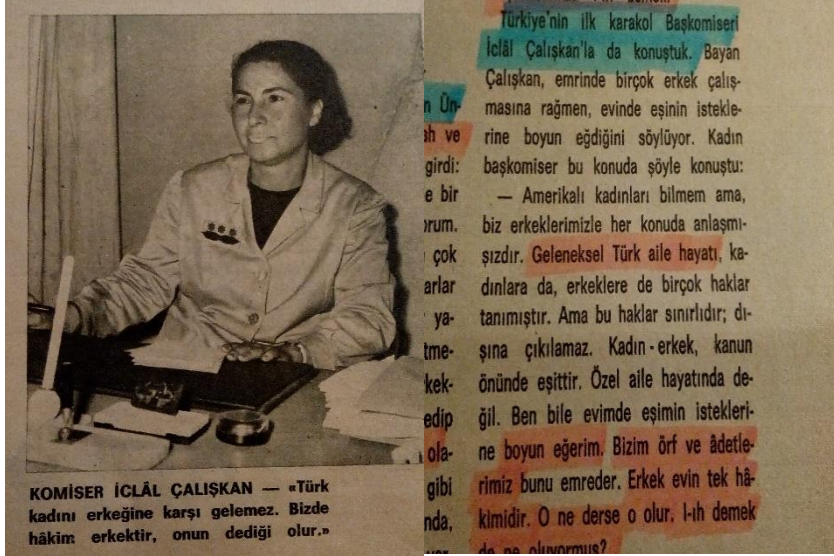
Avukat Handan Kaftancı- "Yok efendim, haddimize mi düşmüş bizim kocalarımıza "ı-ıh" demek..."



Görsel 20.

Mizojinik Örnekler 20, Kaynak: Hayat Dergisi, 10 Eylül 1970, sayı: 37, sayfa: 13

Daha önce de değinildiği gibi incelenen dergide görülen şudur ki genel anlamıyla mizojinik tutum sergileyen kişilerin sosyokültürel ve sosyoekonomik açıdan yalnızca alt kesim erkekler değil içinde bilim insanlarının, sanatçıların ve hatta bu kategorilerdeki kadınların da olduğu görülmüştür. Buna bir örnek olarak Prof. Fahrettin K. Gökay'ın ifadesine değinilecektir. Prof.: “Fizyolojik yönden erkek, kadından daha kuvvetli bir yaratık olarak ona hükmeder...” der. Kendi bakış açısıyla düşüncelerini sağdaki görselde dile getiren profesör son söz olarak “İşte bu yüzden bizde ı-ıh gösterisi yapılamaz.” der.



Görsel 21.

Mizojinik Örnekler 21, Kaynak: Hayat Dergisi, 10 Eylül 1970, sayı: 37, sayfa: 13.

Sırada çalışan hatta eril alana ait görülen mesleklerden biri olan komiserlik mesleğini yapan bir kadın olarak İclal Çalışkan'ın Amerika'da ortaya çıkan kadın mücadelesine dair görüşlerine yer verilmektedir. İclal Çalışkan: “Türk kadını erkeğine karşı gelemez. Bizde hâkim erkektir, onun dediği olur.” demekle yetinmemiş haber şöyle devam etmiştir. Türkiye'nin ilk karakol başkomiseri olan İclal Çalışkan: “emrinde birçok erkek çalışmasına rağmen, evinde eşinin isteklerine boyun eğdiğini söylüyor. Kadın başkomiser bu konuda şöyle konuştu: “Amerikalı kadınları bilmem ama, biz erkeklerimizle her konuda anlaşmışızdır. Geleneksel Türk aile hayatı, kadınlara da erkeklere de birçok haklar tanımıştır. Ama bu haklar sınırlıdır; dışına çıkılamaz. Kadın-erkek, kanun önünde eşittir. Özel aile hayatında değil. Ben bile evimde eşimin isteklerine boyun eğirim. Bizim örf ve adetlerimiz bunu emreder. Erkek evin tek hâkimidir. O ne derse o olur. ı-ıh demek de ne oluyormuş?”.

Mizojinik bakış açısının en üzücü noktalarından biri olarak kadınlar tarafından diğer kadınlara yönelik olan bu düşmanca bakış açısının içselleştirilmiş olmasıdır. Maalesef kadınlar da içinde yaşadıkları toplumun baktığı açıdan bakmakta ve bu eşitsiz ve cinsiyetçi bakış açısını üreten, pekiştiren konumundadırlar. Dergide her ne kadar bu döngünün dışına çıkmayı başarmış,

toplumsal cinsiyet eşitsizliğini reddederek mizojiniyi sonlandırmaya çalışan, bu uğurda çabalayan kadınların varlığı ortaya konulsa da burada bu çabanın beyhude bir çaba olduğu vurgusu yapılarak kadın mücadelesine alaycı bir tutumla yaklaşıldığı ve bu yolla mizojini üretildiği, mizojinin pekiştirildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç

Bu bölümde, araştırma süreci boyunca elde edilen bilgiler, bulgular ve veriler ışığında elde edilen sonuçlara yer verilmiş olup, bu sonuçlara ilişkin önerilere değinilmiştir. Bu araştırmanın amacı, araştırma kapsamında literatüre dayanılarak belirlenen temalar aracılığıyla, 70'ler Türkiye'sinde çok okunan bir dergi örneğinde kadın düşmanlığına ilişkin bulguların ortaya konulması olarak ifade edilebilir.

Mizojini kavramını bütünsel bir yaklaşımla incelemek üzere “mizojininin kaynakları ve mizojininin sonuçları” şeklindeki ikili sınıflandırmaya tabi tutulan toplam 17 mizojinik temanın, inceleme konusu olan çok okunan yerli bir dergi olan “Hayat Dergisi”nin 6 sayısında, toplamda 342 kez, dergi başına ise 57 kez tespitine ulaşılmıştır. Bu bulgu mizojinik bakış açısının, 70'ler Türkiye'sinde toplumun en çok okuduğu dergilerden bir tanesinde bu kadar çok sayıda yer almış olmasının, toplumda var olan mizojinik eğilimleri ne oranda pekiştirdiğini göstermektedir.

Çalışma kapsamındaki yerli dergiden elde edilen verilerden hareketle kadın düşmanlığının kimi zaman üretildiğini kimi zamansa pekiştirildiğini söylemek mümkündür. Bu bakımdan bu araştırma, kadın meselesi üzerine kafa yorularak ve bu noktada kadına yönelik bunca düşmanlık içeren tutum ve davranışın nereden beslendiği, nasıl aktarıldığı noktasında oluşan soruların takip edilmesi sonucunda şekillenmiştir. Geline nokta ise popüler kültürün mizojiniyi destekler nitelikte olduğu görülmüştür. 70'ler Türkiye'sinde popüler bir yerli dergide yayımlanan içeriklerin belirlenen temalar ekseninde mizojiniyi farklı oranlarda da olsa var ettiği ve pekiştirdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmanın içerik analizi sonucunda en yüksek sıklığa sahip tema, bir mizojini kaynağı olarak belirlenen “Hegemonik Erkeklik” (60 kez) temasıdır. Toplumda kadın düşmanlığının temelini oluşturduğu düşünülen ataerkil düzene ait tutum ve davranışların 70'lerde de Türkiye'de var olduğu görülmüştür. Bu durumun bir sonucu olarak “Toplumsal cinsiyet eşitsizliği” teması tam 59 kez Hayat Dergisi'nde yer almıştır. Kadın ve erkeğe toplumun uygun gördüğü roller ataerkinin getirdiği ayrımcılığı bir kez daha gözler önüne sermiştir. Üçüncü olarak en yüksek frekansa sahip olan tema ise 49 kez dergide yer alan “Cinsiyete bağlı rol ayrımı” teması olmuştur. Yine görülen o ki incelenen dergide en yüksek frekansa sahip ilk iki sıradaki temalarla tutarlı olarak kadın ve erkek rolleri birbirinden keskin bir şekilde ayrılmış hatta 49 kez yer alacak

derecede ayrımcılığın altı çizilmiştir. Dördüncü sıradaki tema ise “Kadın bedeninin meta olarak görülmesi” teması ile 40 defa dergide yer almıştır. Kadın bedeninin meta haline getirilmesi ile hayatın içinde karşılaşılan cinsel istismar vakalarının ve kadın ölümlerinin kaynaklarından birinin mizojini içeren popüler dergiler olabileceğini akla getirmektedir.

Yine arkasından gelen “İdeal güzellik dayatması” teması 37 kez ve hemen sonrasında “İdealize Edilen Güzel Kadın Algısı” 36 kez yer almıştır. Gelineen noktada görülmüştür ki güzelliğin kadın bedeni üzerinden bir üretim ve tüketim aracı olarak kullanımı yeni bir olgu olmamakla beraber, incelenen dergide temelleri sağlam şekilde atılmış ve kadınları baskı altına alan mizojinik bir tutum olmuştur. Kadın bedenine yönelik mizojinik tutumun ve bunun doğurduğu sonuçlardan biri olarak yedinci sırada en çok rastlanan tema olan “Cinsel obje olarak görülen kadın” 32 kez dergide kendine yer bulmuştur. Bu sonuca bakıldığında kadın bedeni üzerinde kurulmaya çalışılan iktidarın, kadının saçından tırnağına, konuşmasından gülüşüne dek nesne haline getirilen kadın bedeni üzerinde kendini var ettiği görülmüştür.

İncelenen dergide şuana kadar frekansı verilen temalara kıyasla daha az görülme sıklığına sahip olan temalar kapsamında “Kadının ikincil olduğu inancı 7 kez, Kadını melek ya da şeytan olarak nitelendirme 6 kez, Kadın erkeğin mülküdür inancı 5 kez, İçselleşmiş kadın düşmanlığı 4 kez, Şiddet 2 kez, Kadının namusu erkeğindir inancı 1 kez, Yoksulluğun kadınlaşması 1 kez, Karar almadan dışlanma 1 kez, Ekonomik hayattan dışlanma 1 kez, Sosyal hayattan dışlanma 1 kez” görülmüştür. Temaların sıklık oranlarına bakıldığında, kadınların ekonomik güce sahip olmaları onların erkeklere göre daha edilgen yansıtılmalarının önünde bir engel oluşturmamıştır. Yani kadınlar her koşulda başka bir ereğe bağımlı ve öz güveni yeterince yüksek olmayan şekilde yansıtılarak değersiz ve ikincil konumda resmedilmişlerdir.

Derginin dönemine ait popüler bir kadın dergisi olmasının, içeriklerde sunulan mizojinik tavrın kadınlar tarafından içselleştirilerek ataerkil düzene dair yanlışların devamlılık arz etmesine neden olması bakımından sıkıntılı bir durum olduğu düşünülmektedir. İncelenen dergi göstermiştir ki mizojini hayatımıza bir anda değil, zaman içinde, pek çok unsur tarafından desteklenerek gelmiştir. Bu unsurların başlıcaları da popüler kültür araçlarından biri olan dergilerin, özellikle 70’li yıllardaki popüleritesi göz önüne getirildiğinde ne kadar büyük bir etkiye sahip olabileceğidir.

Çalışmanın bir kez daha ortaya koymuş olduğu mizojinik bakış açısının bir sonucu olarak gerek hayatın içinde gerekse popüler kültür kanalıyla öncelikle kadına ve bunun bir sonucu olarak da toplumun tamamına sirayet eden bu düşmanlığın, en genel ifadeyle bir an evvel ortadan kaldırılması ve önlenmesi gerektiği düşünülmektedir. Bunu başarmak adına okullarda, sivil toplum

kuruluşları yoluyla ve en önemlisi devlet politikalarıyla atılacak adımların önemi üzerinde hassasiyetle durulması gerektiğine inanılmaktadır.

Kaynakça

- Adak, N. (2007). “Kadınların İkilemi: İş ve Aile Yaşamı” . *Sosyoloji Dergisi*, (17), 137-152.
- Aksin, S. (2007). *Kısa Türkiye Tarihi*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Arat, N. (1986). *Kadın Sorunu*. Say Yayınları, İstanbul.
- Bartky, S. L. (1990). *Femininity and Domination. Studies in the Phenomenology of Oppression*. Routledge, New York.
- Bora, A. (2014). *Feminizm Kendi Arasında*. Ayizi Yayınları, Ankara.
- Butler, M. ve Paisley, W. J. (1980). *Women And The Mass Media: Sourcebook For Research And Action*. Human Sciences Press, New York.
- Casnabet, M. C. (2005). *Kadınların Tarihi 3, Rönesans ve Aydınlanma Çağı Paradoksları*, (Çev. A. Fethi), Şefik Matbaası, İstanbul.
- Demez, G. ve Timurturkan, M. (2018). “Bir Toplumsal İktidar Alanı Olarak Beden ve “Yaşlanan Bedenin” Yeniden İnşası”. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(2): 441-456.
- Dill, K.E., Thill, K.P. (2007). “Video Game Characters and the Socialization of Gender Roles: Young People’s Perceptions Mirror Sexist Media Depictions”. *Sex Roles: A Journal Research*, 57(11/12): 851- 864.
- Dogramacı, E. (1992). *Türkiye’de Kadının Dünü ve Bugünü*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara.
- Dworkin, A. (1974). *Woman Hating*. E.P. Dutton, New York. Eğitim ve Yoksulluk İlişkisi”. A. Topçuoğlu, G. Aksan, D. Alptekin (Ed.) *Yoksulluk ve Kadın*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 163-178.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (1994). *Popüler Kültür ve İletişim*. Ümit Yayıncılık, Ankara.
- Etyang, P. (2012). “Misogyny In Urban Public and Private Spaces”. *A Conference Paper Presented at the International Conference On Gender Based Violence At Kenyatta University, Kenya*, 33-37.
- Fine, C. (2011). *Toplumsal Cinsiyet Yanılsaması*. (Çev. K. Tanrıyar), Sel Yayıncılık, İstanbul.
- Fiske, J. (2014). *İletişim Çalışmalarına Giriş* (Çev: S. İrvan), Pharmakon

- Flood, M., Gardiner, J.K., Pease, B. ve Pringle, K. (2007). *International Encyclopedia of Men and Masculinities*. Routledge Press, İngiltere.
- Flora, C. B. & Lynn, N. B. (ed.). (1974). *Women and Political Socialization: Considerations of the Impact of Motherhood*. John Wiley, New York.
- Goffman, E. (1979). *Gender Advertisements*. Harper Torchbooks, New York.
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji*. (Çev. H. Özel, C. Güzel), Ayraç Yayınları, İstanbul.
- İrvan, S. (2002). *Medya, Kültür, Siyaset*. Alp Yayınevi, Ankara.
- Jacobsen, M. F. ve Mazur, L. A. (1995). *Sexism and Sexuality in Advertising*, *Marketing Madness: A Survival Guide for a Consumer Society*. Westview Press, New York.
- Kalaycıoğlu, S. Ve Ritterberger, H. (2001). *Evlerimizdeki Gündelikçi Kadınlar*. Su yayınları, İstanbul.
- Karpat, K. (2003). *Türkiye'de Toplumsal Dönüşüm*. İmge Yayıncılık, İstanbul.
- Kepenek, Y. (1987). *Gelisi mi, Üretim Yapısı ve Sorunlarıyla Türkiye Ekonomisi*. Teori Yayınları, Ankara.
- Kılıç S. M. Ve Yılmaz, D. V. (2019). "Cumhuriyet Dönemi Kadın Dergileri. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10 (17): 2140-2156.
- Michaux, A. (2011) *Kadın Düşmanı Sözlük*. (Çev. Y. Bener), Can Yayınları, İstanbul.
- Moghadam, Valentine M. (2005). "The Feminization of Poverty and Women's Human Rights", *Social and Human Sciences Papers In Women's Studies/Gender Research*, France, 5 (1): 13-18.
- Nas, A. (2015). "Kadına Yönelik Simgesel Şiddet Aracı Olarak Temizlik Ürünleri Reklamlarının Eleştirel Analizi", *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 24: 11-29.
- Püsküllüoğlu, A. (2004). *Türkçe Sözlük*. Arkadaş Yayıncılık, İstanbul.
- Sallan Gül, S., Alican Şen, A., & Kaya, E. (2014). *Toplumsal Cinsiyet Boyutundan Türkiye'de Eğitim ve Yoksulluk İlişkisi*. Abdullah Topçuoğlu, Gamze Aksan, Duygu Alptekin (Der.), Yoksulluk ve Kadın içinde (ss. 163-179). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Saygılıgil, F. ve Elçik, G. (2016). *Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları*. Dipnot Yayınları, Ankara.
- Scott, G. (1986). *Gender and Politics of History*. Columbia University Press, New York.

- Şenyapılı, T. ve Unat, N. A. (ed.). (1979). *Metropol Bölgelerinin Yeni Bir Ögesi Gecekondu Kadını, Türk Toplumunda Kadın*. Türk Sosyal Bilimler Derneği Yayınları, Ankara.
- Talay Keşoğlu, B. (2007). *Socialist Women's Organizations in Turkey*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Boğaziçi Üniversitesi Atatürk Enstitüsü, İstanbul.
- Tekeli, Ş. (1982). *Kadınlar ve Siyasal-Toplumsal Hayat*. Birikim Yayınları, İstanbul.
- Tekeli, Ş. ve Unat, N. A. (ed.). (1979). *Türkiye'de Kadının Siyasal Hayattaki Yeri, Türk Toplumunda Kadın*. Türk Sosyal Bilimler Derneği Yayınları, Ankara.
- Tokuroğlu, B. (2004). *Özgürleşemeyen Kadın*. Odak Yayın Evi, Ankara.
- Topgül, S. (2013). "Türkiye'de Yoksulluk ve Yoksulluğun Kadınlaşması". *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14 (1): 277-296.
- Unat, N. A. (1998). *İdeoloji Açısından Kadın Arastırmaları*. 20. Yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek. TODAİE Yayınları, Ankara.
- Wolf, N. (1993). *Fire with Fire: The New Female Power and How it Will Change the 21st Century*. Random House, New York.
- Yaraman, A. (1999). *Türkiye'de Kadınların Siyasal Temsili*. Bağlam Yayınları, İstanbul.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Arastırma Yöntemleri*. Seckin Yayınevi, Ankara.
- Yurt Ansiklopedisi. (1983). Anadolu Yayıncılık, İstanbul.
[https://tr.wikipedia.org/wiki/Hayat_\(dergi\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Hayat_(dergi)) (erişim tarihi: 14.01.2023).