

Cosmopolitan Dergisinin Dolaşımına Pierre Bourdieu Perspektifiyle İle Bakmak

DR. ÖĞR. ÜYESİ AYŞEGÜL UYSAL*

Öz

Bu çalışmada, özellikle dijitalleşme öncesi oldukça yaygın bir biçimde dolaşımı olan *Cosmopolitan* dergisi ele alınacaktır. Hayli ilginç bir yayın tarihçesi olan derginin, dünyada aylık moda ve eğlence anlamında yaygın bilinen dergilerden birisi olduğu ifade edilebilmektedir. Yayın tarihine, bir yazın dergisi olarak başlayan *Cosmopolitan*, yıllar içinde daha farklı ereklerle de yayımlanmış ve 1960'lardaki editörünün etkisiyle *Feminizm* hareketinin öncü içeriklerinden biri olmuştur. Bu dönüşümden sonra derginin günümüzde bilinen misyonunu edindiği belirtilebilmektedir. Bu çalışmada, ilk defa Amerika Birleşik Devletleri'nde yayım tarihine adım atmış bir dergi olan *Cosmopolitan*'ın Amerikan ve Türk baskıları olmak üzere iki farklı edisyonu üzerinde durulacaktır. Amerika Birleşik Devletleri ve Türkiye'de yayımlanan derginin adı aynı olsa da içerik olarak iki baskıda da benzer başlıklar altında tespit edilebilen içerik farklılıklarına dikkat çekilirken bu farklılıkların nedenleri araştırılacaktır. Türkiye'ye sonradan giren derginin yeni geldiği ülkede farklı özellikler gösterdiği anlaşılabilmektedir. Bu farklılıklar açıklanmaya çalışılırken, İkinci Dünya Savaşı sonrasında kuşkusuz en etkili sosyologlarından birisi olan Pierre Bourdieu'nün ortaya attığı sosyolojik kavramlardan faydalanılacaktır. Bourdieu'nün öne sürdüğü kavramlar, sosyoloji temelli olsa da pek çok sosyal bilim disiplinine adapte edilebilmiştir. İlaveten, dergi yayım süreciyle ilgilenen bir eyleyiciyle e-posta yoluyla yapılan söyleşi de Bourdieu sosyolojisine ait açıklamaları ve kavramları destekler niteliktedir. İncelemede, araştırma nesnelerinin bu kuram ve kavramlarla olan ilişkileri ortaya konmaya çalışılmıştır. Bir dergi eyleyicisi ile yapılan söyleşi sonucu elde edilen bilgiler de incelenmiş ve karma betimleyici analiz yönteminden yararlanılarak dergilerde içerik açısından farklılaşan unsurların nedenlerine açıklık getirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Sözcükler: *Cosmopolitan dergisi, çeviribilim, çeviri sosyolojisi, Pierre Bourdieu, dolaşım*

Examining the *Cosmopolitan* Magazine From a Bourdieusian Perspective

Abstract

In this study, the *Cosmopolitan* magazine, which was widely circulating globally before the digital age, will be examined. The magazine can be determined as one of the world's leading monthly fashion and entertainment magazines. It also has a gripping history of publishing. The magazine which was initially functioning as a literary-dominant publication, has adopted different strategies over the years, and in the 1960s, with the influence of the novel editor, it became an outstandingly pioneering magazine for the Feminist movement. Following this transformation, it

* Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, auysal@atu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-3701-1013

can be said that Cosmopolitan magazine has gained the identity as a fashion and beauty magazine. This study aims to focus on the original content, the United States of America edition and Turkish editions respectively. Even though both aforementioned editions hold the same name, they considerably differ in their contexts. This study intends to demonstrate the differences and investigate the reasons. It can be inferred that the magazine circulated within Turkey as the Turkish edition of the Cosmopolitan magazine demonstrates different features in the novel market it is introduced. While trying to explain the detected differences, the sociological concepts of Pierre Bourdieu, who is undoubtedly one of the most influential sociologists in the post-Second World War Era, will be utilized. Although his ideas are from the field of sociology, they have such strong bases and cover countless topics in the social sciences that the concepts can also be easily adapted into translation studies. The interview conducted via e-mail with an agent working for the magazine also coincides with Pierre Bourdieu's concepts. By applying the mixed descriptive method, in light of the ideas put forward by Bourdieu, this study seeks to find answers to the differences between the two magazines circulating in two different countries with the same name.

Keywords: *The Cosmopolitan magazine, translation studies, translation of sociology, Pierre Bourdieu, circulation*

GİRİŞ

Bu çalışmada, küresel çapta 110 ülkede, 44 farklı dilde yayımlanan; ilişkiler, cinsellik, moda, güzellik, kişisel gelişim, ünlülerle ilgili haberler ve burç yorumları gibi alt başlıkları içeren *Cosmopolitan* dergisinin, ilk basıldığı ülke olan Amerika Birleşik Devletleri ve Türkiye’de, 2015’te basılmış sayıları ele alınacaktır (Benjamin, J. 2007). Bu incelemeler yapılırken iki derginin 2015 ve 2016 senelerindeki baskılardan görseller sunulacaktır. Görseller ve içerikler, farklılaşmanın en fazla görülebileceği birkaç başlıkta yoğunlaşacaktır. Aynı adla ve benzer kapakla, başka bir ülkede dolaşıma girmiş olan derginin içerik ve metinlerinin neden benzer olmadığı çalışmanın temel araştırma sorusudur. Bu soruya yanıt ararken, Fransız sosyolog Pierre Bourdieu’nün kapsamlı sosyolojik tanımlarından yararlanılacaktır. Onun sosyolojisinin biricik ve detaylı tanımlamalarının bu soruya yanıt olabileceği düşünülmektedir. Sosyolojik kavramların ilişkili olup olmayacağı sorgulanırken bir dergi eyleyicisi ile yapılan söyleşiler sonucu elde edilen bilgiler, sosyoloğun tanımlamalarıyla birlikte ele alınacaktır. Bu nedenle, çalışmanın yöntemi karma betimleyici analiz yöntemi olacaktır. Bourdieu sosyolojisine ait kavramlar ve e-posta yoluyla dergi eyleyicisine sorulan soruların yanıtları, çalışma nesnelerine ait içeriklerle ilgili paralel sonuçları ortaya koymuş ve çalışmanın çıkış noktasını oluşturmuştur.

Amerika Birleşik Devletleri’nde hem basılan hem de çevrimiçi abonelik bedeli ödendikten sonra erişilebilen dergi, Türkiye’de, yalnızca çevrimiçi olarak yayım hayatına devam etmektedir. Çalışma, 2015 senesindeki Amerikan ve Türk edisyonlarından örnekler sunularak basılı versiyonları üzerinden görsel ve içerik anlamında farklılaştıkları noktaları belirlemeyi hedeflemektedir. Dijitalleşen ve aynı zamanda baskıya devam eden seneler içinden 2015 ve 2016 rastgele seçilmiş ve incelemede, *Cosmopolitan* dergisinin Amerikan ve Türk edisyonlarının Eylül 2015 ve Ocak 2016 edisyonları ele alınmıştır. 2015 ve 2016 seneleri, basılı yayının kısmen daha fazla olduğu bir

dönemden rastgele seçilmiştir. Derginin eski basımları, İngilizce olarak çevrimiçi incelenmiş; Türkçe dilinde ise satın alınıp gözden geçirilmiştir. Basılı ürünlere erişim koşulları da göz önünde bulundurulmuştur. Çalışma, Amerikan çıkışlı bir yayının, Türkiye’de aynı adla basılırken nasıl değiştiğini; ne gibi kısıtlara veya eklemelere maruz kaldığını açıklamayı hedeflemekte ve bu sorunsalı araştırma sorusu olarak değerlendirmektedir.

Aynı adla iki ülkede de dolaşımda olan dergilerin, değişiklik gösteren içeriklerine odaklanan çalışma, İkinci Dünya savaşı sonrasında gelişen toplumsal koşulları en kapsamlı ele almış sosyologlardan birisi olan Fransız Pierre Bourdieu’nün temel kavramları üzerinden iki farklı basımı olan dergiyi incelemeyi hedeflemektedir. Bourdieu’nün ortaya attığı sermaye ve onlarla ilişkili bazı kavramlar, çalışmanın temel kuramını oluşturarak çalışma nesnelerini bu kapsamda irdelemeyi amaçlamaktadır. Kuramsal açıklamalara ek olarak, kişisel bilgileri özellikle belirtilmeyen bir dergi çalışanı ile e-posta yoluyla yapılan altı soruluk bir görüşme de kuramsal çerçeveyi desteklemektedir. Bu araştırmanın amacı ise aynı adla ve formatla dolaşıma girmiş bir yayının, yeni girdiği kültür ve dilin normlarına uygun biçimde nasıl yeniden şekillendiğini açıklamaktır. Bu açıklamalar yapılırken, betimleyici analiz yöntemiyle karma olarak kuramsal çerçeveden ve görüşme sorularının yanıtlarından yararlanılmıştır.

1. YÜZ YILI AŞKIN BİR SÜREDİR YAYIM SERÜVENİYLE COSMOPOLİTAN DERGİSİ

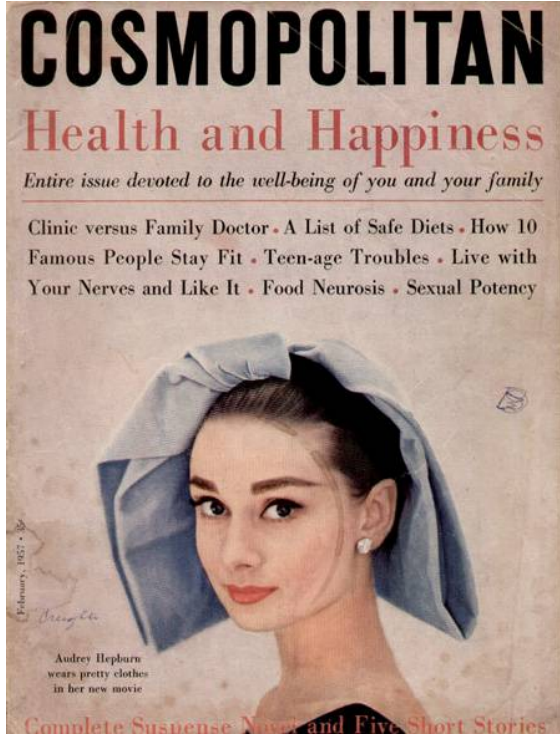
1880’li yılların sonunda New York’ta, “Schlict&Field” tarafından bir aile dergisi olarak basılmaya başlanan “The Cosmopolitan”, birinci sınıf bir aile dergisi olma amacıyla yola çıkmıştır. Yayımlanan ilk sayılarında, ev, aile ve yemek pişirme, çocuk bakma ve moda konularını temel alarak içeriğini oluşturmuştur. Bu konulara ilaveten, sanat ve bilim ile ilgili makaleler de derginin bu sayılarında mevcuttur. Ayrıca, çocuk okurlar için de bir kısım ayrılmıştır.

Aynı yıl olan 1900’de, ünlü yazar H.G. Wells’in “The War of the Worlds” adlı eseri, “The First Man on the Moon (Aydaki İlk Adam)” olarak seri haline getirilmiş ve dergide yayımlanmıştır. Yine bu dönemlerde, O. Henry, A.J. Cronin, Alfred Henry Lewis, Bruno Lessing, Sinclair Lewis, David Graham Phillips ve George Bernhard Shaw, gibi ünlü yazarların yapıtlarıyla birlikte Jack London’ın “Kırmızı (The Red One)” adlı kısa öyküsü Ekim 1918 sayısında yayımlanmıştır. Arthur B. Reeve, 1910-18 arasında dergiye düzenli olarak yazılar yazmış ve Carig Kennedy’nin 82 dedektif öyküsü



Resim 1: Derginin ilk sayılarından bir kapak örneği, *Cosmopolitan*, 1886 sayı 11

yayımlanmıştır. Resimler, illüstrasyonlar ve kapak tasarımları da Dean Cornwell, Harison Fischer ve James Montgomery Flagg tarafından hazırlanmıştır. Bu yıllardaki sayılarda, sekiz tane kısa hikâye, bir kısa öyküye ilaveten moda ve sağlık kısımları da mevcuttur. Kapak tasarımlarının döneme göre gayet ilgi çekici olduğu ve dönemin ünlü yüzlerini içermeye başladığı belirtilebilmektedir (Mac Mahon, 1990, s. 382- 383).



Resim 2: Döneminin en ünlü isimlerinden Audrey Hepburn'un kapak kıızı olduğu Cosmopolitan,

yayın evi, düzenleyici eyleyenleri ve editörü ile dergi fotoğraflarını, illüstrasyonlarını, serilerini ve kitap yorumlarının içeriklerini farklı bir politika ele almıştır. Yeni felsefesiyle Annie Besant, Ambrose Bierce, Theodore Dreiser, Rudyard Kipling, Jack London, Willa Cather ve Edith Warthon gibi ünlü yazarların yapıtları da söz konusu yayının bünyesine dâhil edilmiştir. Böylece The Cosmopolitan dergisi, 1892 yılında satışlarını katlamış ve daha da aranır bir yayın haline gelmiştir (Landers, 2008, s. 120, 122).

1897'ye gelindiğinde, dergi yönetimi, öğrencilere parasız satış yapma fikrini ortaya atmıştır. Dergiyi ücretsiz sağlama karşılığında ise öğrencilerden yalnızca birkaç saatlik ders çalışmaları istenmektedir. Bu misyon başarıya ulaşmış olacak ki abone olan öğrenci sayısı çabucak 20.000'e ulaşmıştır. Bu durumda, dergi bu politikayı sonlandırmak zorunda kalmıştır çünkü söz konusu olan maliyet karşılanamayacak duruma gelmiştir. Burada olumlu bir unsur olarak derginin yaygınlaşmış olması verilebilmektedir. Ücretsiz dergi dağıtma hedefi, yıllık 20 dolar karşılığında öğrencilere dergi satma ile değiştirilmiştir ve böylece öğrencilerin dergi ile olan bağının da kopmamış olduğu varsayılabilir (Mc Guire, 2010).

1965'te Helen Gurley Brown'un dergide editör olarak çalışmaya başlamasıyla dergi yeni bir yapılanma içine girmiştir. Bu yeni vizyon kapsamında, kapağa sıklıkla bikinili genç kadın modeller yerleştirilmeye başlanmıştır. Brown ile dergi, cinsel yaşamı kadınların açısından irdelemeye

1925-1952 yılları arasında dergi, "Hearst's International Combined with Cosmopolitan" adı ile satılmıştır. 1930'lara gelindiğinde ise satış rakamları oldukça yükselmiştir. 1940'lı yıllarda kurmaca yazına odaklanan dergi, "Dört Kitaplı Dergi" alt başlığı ile bir kısa roman, sekiz kısa öykü, iki seri hikâye, altı ila sekiz makale içermektedir. Diğer üç kısım ise kurgusal olmayan yazınlar içermektedir. İkinci Dünya Savaşı yıllarında satışları 2.000.000'a kadar çıkmıştır (Landers, 2008, s. 122). 1950'lerde kurgu yazından uzaklaşınca satışlar bir milyon azalmıştır. Burada, televizyonun yaygınlaşmasının da etkili olduğu vurgulanabilmektedir.

The Cosmopolitan, yayımlandığı ilk yıl 25.000'lik bir satış rakamına ulaşmayı başarmıştır fakat 1888 senesinin sonlarında, John Brisben Walker tarafından satın alınmasıyla birlikte bir takım değişikliklere uğramak durumunda kalmıştır. Yeni

başlamıştır. Ayrıca kadınların bunu yaparken suçluluk duymalarını gerektirecek bir şey olmadığı mesajını vermek derginin temel misyonları arasına girmiştir. Kadınlar ve de bekâr kadınlar için cinsel özgürlük felsefesi benimsenmiştir. Hatta Helen Gurley Brown editörlüğündeki ilk sayıda yeni doğum kontrol hapları üzerine bir yazı vardır. Brown, ayrıca en çok satan kitaplar listesine giren “Seks ve Bekâr Kız (Sex and the Single Girl)” adlı bir kitap yayımlamıştır. Yeni editör, kadınların utanmadan cinselliği konuşmalarını savunmuştur ve bu derginin öne çıkan unsurlarından olmuştur. Dergi, bu politikası yüzünden ilk zamanlar ağır eleştiriler almıştır. Birkaç sayı “Cosmopolitan Man” de denense de, erkek ver siyonu tutmamıştır (Landers, 2008, s. 122).



Resim 3. 1960'lı yıllar, editör Brown ile cinselliği ön plana çıkış Cosmopolitan

Derginin dolaşımı artarken ona yöneltilen eleştirilerin yalnızca cinsiyete dair konularla sınırlı olmadığı görülebilmektedir. Amerikan kültürünün Cosmopolitan yayını aracılığıyla yerel ve kültürel çeşitliliklere zarar verdiğini savunan çalışmalar da mevcuttur (Machin and van Leeuwen, 2003, s. 493-496; Tsai, 2000, s. 156-159). Machin and Leeuwen (2003), kültürel emperyalizmi eleştirmekte ve dolaşıma girmiş olan 44 farklı Cosmopolitan dergisinin girdikleri kültürlerde nasıl farklılaştıklarını gözlemlemişlerdir. Tüm edisyonlarda, yerel dinamiklere göre uyarlanmış olan bir Cosmopolitan dergisinin varlığından söz edilebilse de, temel unsurların Batı emperyalizmini yerleştirmek için yeteri kadar veri içerdiğinin de altını çizmektedir. Tsai (2000) ise, benzer biçimde, Batı emperyalizminin, yerel olanın içinden hedef kitesine ulaşip medyayı ortalamada tuttuğunu belirtmektedir. Bu bağlamda, yerelleştirmeyi bir makyajlama unsuru

gibi değerlendirmekte ve ana hatlarda bir değişiklik olmadığından söz etmektedir.

Bugün hala “Hearst Magazines” tarafından basılan Cosmopolitan dergisinin, altmış dört uluslararası edisyonu vardır. Kırk dört farklı dilde basılır ve yüzden fazla ülkede dolaşıma girer. Brown’un stratejisi ile devam etmekte olan dergi, cinsellik, moda, sağlık, fitness ve güzellik gibi ana başlıkları ele almaktadır. Kapakları, 1960’lı yıllardakilere benzer biçimde güzel giyimli genç kadın modellerden oluşmaktadır. İlk defa Amerika’da yayımlanan dergi, 1972 İngiltere baskısı ile ilk defa başka bir ülkede yayımlanmıştır. Bazı uluslararası basımları Amerika basımı ile ortaklık içindedir ve her yerel pazarda, bulunduğu ülkenin şartlarına göre basılmaktadır.

“Cosmopolitan” dergisi, 2011’den beri “Fearless Man”, 2012’den beri de “Fearless Woman of Year” ödüllerini vermektedir. Erkeklerde, Jon Bon Jovi, John Mayer, Josh Duhamel; Kadınlarda ise Nicole Scherzinger, Britney Spears, Beyonce, Ashley Simpson, Sandra Bullock gibi popüler isimler bu ödüllerin sahiplerinden bir kaçıdır (Landers, 2008, s. 123).

2. PIERRE BOURDIEU SOSYOLOJİSİ

1930 Fransa doğumlu sosyolog, antropolog ve felsefeci Pierre Felix Bourdieu, İkinci Dünya Savaşı sonrası yaratıcı ve kapsayıcı fikirleri ile sosyolojiye en fazla katkıda bulunan adlarından birisidir. École Normale Supérieure’da aldığı felsefe eğitiminin ardından askerliğini yapmak için Cezayir’e gitmiştir. Bu esnada gözlemlediği Fransız sömürgeciliği, fikirlerinin oluşumunda büyük rol oynamıştır. 1959-1962 yılları arasında Sorbonne’da felsefe dersi vermiş; École des Hautes en Science Sociales’te müdürlük yapmıştır. Aynı zamanda Avrupa Sosyolojisi’nde yöneticilik görevini üstlenmiştir. Collège de France’ta, hocası Raymond Aron’un ölümü ile sosyoloji kürsüsünün başına geçen Bourdieu, Avrupa Sosyoloji Merkezi’nin de kurucusudur. Üretim ve yeniden üretim mekanizmalarını üzerinde çalışmalar yapmıştır. Sosyolojiye getirdiği bu yeni kavramlar ve yorumlar, insanla ilgilenen sosyolojinin değdiği her insani bilime girerek o alana göre biçimlenmiştir (Bourdieu, 2015, s. 15-16). Çeviribilim de bunlardan biridir (Bogenç Demirel, 2014, s. 403, 404).

Pierre Bourdieu, 20. Yüzyılın en kapsamlı ve sistematik epistemolojilerinden birini oluşturmuştur. Sosyal ilişkileri anlamlandırmada, yalnızca daha önce ifade edilmiş şeylere bakmanın yetersiz olduğunu; buna ilaveten olayların gerçekleştiği sosyal alanlara inip oralarda çalışmanın da bir gereklilik olduğu vurgusunu yapmaktadır (Bourdieu, 2005, s. 145-150). Onun yönteminde, kuram ve uygulama iç içe geçmiştir ve dönüşümlüdür yani iki yönlü de işlemektedir. Bu ilişkiyi, “düşünümsellik (reflexivity)” olarak açıklayan Bourdieu, bu yöntemi bilimsel bir bilgiye erişmede, örneğin akıl ile görecelik arasında bağlantı kurabilerek tarihselci bir mantık yürütme yöntemi olarak açıklamaktadır (Bourdieu&Wacquant, 2003, s. 32-35). Bourdieu, Michel Foucault, Karl Marx, Martin Heidegger ve Merleau-Ponty gibi felsefecilerden faydalanmış ancak onlardan yöntemi kullanma açısından farklılaşmıştır çünkü Bourdieu, yerinde duran ve kuramsal çalışma yapan entellektüellerin kendilerini sorgulamaktan kaçınmakta ve konfor alanlarından çıkmamalarını eleştirmektedir. Entellektüellerin kültür çalışmalarını, tarihsel çözümlemeden yoksun görmektedir ve onun sosyolojisinde, tarih ve sosyoloji ayrılmaz unsurlardır (Bourdieu ve Wacquant, 2003, s. 156-158). Salt olarak, Descartes’çı varlıkbilimin ikiliklerini -beden ile zihin, özne ile nesne, - kabul etmemektedir. Sosyal bilim, insanla ilgilenir ve temel nesnesi de insandır. İnsanın ilişkide olduğu her şey, pratikleri ve toplumsal temsilleridir. Bu bağlamda, ampirik araştırma ve kuram da birlikte ilerlemeli ve kuramın anlamlı olabilmesi için ampirik nesnelerden yararlanmalıdır (Bourdieu, 2003, s. 157).

2.1. Bourdieu’nün Sosyolojik Kavramları

Sınıflar arası ilişkileri ele alırken sosyolog Pierre Bourdieu, dört farklı sermaye türünden söz etmektedir. Ekonomik, toplumsal, kültürel ve simgesel olarak sınıflandırdığı bu sermayelerle sosyolojik ilişkileri açıklamaya çalışmıştır. Ona göre, alanda var olmak ve hüküm sürebilmek için elde edilen her şey bir sermaye türüdür ve tüm sermayeler, bir birleriyle ilişkilidir (Bourdieu & Wacquant, 2003, s. 24- 25). Kültürel ve sosyal sermayeleri, iki sütun gibi temele oturtmakta ve birer denge unsuru olarak öne çıkarmaktadır. Ancak dönüşümsellik, bu sermaye türleri arasında da haliyle mevcuttur. Kültürel sermaye kavramını, belirli ekonomik koşullara uygun olarak ekonomik sermayeye çevrilebilen ve eğitim kurumları vasıtasıyla kurumsallaşabilen sermaye olarak

açıklamaktadır. Sosyal sermaye ise, toplumsal sorumluluklardan oluşan ve belirli koşullar altında ekonomik sermayeye çevrilebilen sermaye türüdür. Bu açıklamalar, iki ana sermaye türü olarak aktarılan sermayelerin de ekonomik unsurlarla ve dolayısıyla ekonomik sermayeyle oldukça ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Simgesel sermaye ise, diğer sermaye türleriyle yine dönüşümsel bir ilişkidir ve ekonomik unsurlardan nispeten bağımsızdır. Bir ürünün, pazar, meta, iktidar ve hükmetme gibi unsurlarının bir mekanizma olarak işleyişlerini inceleyen sermaye türüdür. Bu sermaye, simgesel boyutta toplumda soyut bir biçimde işleyen bir oluşumdaki bilişsel ve toplumsal yapılarla ilgilenmektedir (Bourdieu & Wacquant, 1996, s. 240-241). Simgesel sermayenin dağılımının alımlanmasında, diğer sermaye türlerini devreye sokarken simgesel şiddet kavramını da ortaya atmıştır (Bourdieu, 1995, s. 158). Ona göre, simgesel şiddet, egemen/tabi olan diktomisi üzerinden soyut ilişkiler ağıdır. İçindeki yaşadıkları toplumun pratiklerini sorgusuz kabullenen ve uygulayan eyleyiciler, sistemin egemen olanın yararına dönmesine ve bunun sorgulanmamasını önceler (Bourdieu ve Wacquant, 2003, s. 166).

Bourdieu, bu sermayelerin işledikleri yer olarak da “alan” kavramından söz eder. Alanı tanımlarken beyzbol oyunu metaforundan yararlanır. Alanda, yani sahada belirli kurallar vardır. Kuralları belirleyen doxa, var olan ve dile pek getirilmeyen toplumsal kurallardır. Bilinen düzene sorgusuz uyan oyuncunun da bu noktada kuşkusuz bir çıkarı vardır. *Illusio* kavramını da bu çıkarla bağdaştırır (Bourdieu, 2006b, s. 405). Bourdieu’nün alan kavramı, tüm sermayelerin işlediği yer olarak açıklanabilirken alanda doxa ve *illusio* da hâkimdir (Gorski, 2015, s. 54). Onun tanımına göre bir oyunda; oyuncular, yatırımları, çıkar amaçları, stratejileri ve açıkça ifade edilmeyen kurallar (*doxa*) vardır. Oyuncular, burada toplumdaki eyleyiciler, yani genel anlamda ele alınırsa da toplumdur. Yatırımları, oyun sonundaki beklentilerini ve çıkarlarını (*illusio*) karşılamak için riske attıkları sermayelerden oluşmaktadır. Alan bu oyunun oynandığı yerdir ve kişilerin sermayesine göre alandaki güç ağırlığı, kazanma/kaybetme şansları farklıdır. Oyun sırasında oyuncuların geliştirdikleri stratejiler ise *habitus* kavramını karşılamaktadır. Bu stratejiler, başarıya götürmesi için önceden planlanmış formüller değil de süreç içinde şekillenen yatkınlıklardır (Özsöz, 2007, s. 15-17).

Bourdieu, alan ve *habitus* arasındaki ilişkiyi ontolojik bir ilişki olarak tanımlar. Sürekli bir birbirlerini yapılandırmakta; yapılandırırken de yapılanmaktadır. Alan, bazı iktidar veya sermayelere göre kazandığı konum ve bu unsurların aralarındaki tüm tarihsel bağları içermektedir. Bir alanda nesne ve nesnel kuvvetler vardır. Dolayısıyla her hangi bir alan aynı zamanda bir çekişme alanıdır. Özne ve nesneler arasında sürekli bir mücadeleli alanda olma durumu vardır. Mücadele ile birlikte doğal olarak rekabet de vardır. Sosyal alanlarda rastladığımız tüm etkiler de, bu rekabetin bir sonucu olarak varlık bulmaktadır (Özsöz, 2007, s. 16-18). Ortaya attığı pek çok kavram içinde Bourdieu ile en çok özdeşleşenlerden bir tanesi de *habitus* kavramıdır. Dışsal toplumsal yapıların içselleştirilmesiyle başlayan süreç, pratikler dizgesini şekillendirir. Soyut mantığın bireysel üretime yansımış halidir (Bourdieu, 1990, s. 122). İnsanın varoluşu veya bedenleşmiş toplumsallık olarak *habitus*, dünyayı belirli bir dünya olarak var eden şeydir. *Habitus*u, sudaki bir balık gibi açıklar. Balık, doğal ortamı olan suyun içindedir ve suyun ağırlığını hissetmez. İçinde yaşadığı su, onun kendi ortamı ve koşullarıdır (Bourdieu, 2003, s. 118). Bireylerin kendi usları ve içinde bulundukları alanların dinamikleriyle şekillenen karar alma mekanizmaları olarak da açıklanabilecek kavram,

doğuştan gelen bir özellik değildir ve değişime tabidir (Bourdieu, 2003, s. 158). Fransız sosyolog, habitusu özgün ve devingen bir mekanizma olarak açıklar. Bireyin içinde bulunduğu alanın burada belirleyici olduğu söylenebilmektedir. Habituslar, bir grup ile birlikte belirli pratikleri devam ettirme eğilimi göstermekte ve bu sayede, bireye bir toplumsal kimlik kazandırmaktadır (Bourdieu & Wacquant, 2003, s. 81). Bireyin, o yaşına kadar, kendi alanında, toplumunda gözlemleyip zihnine yerleştirdiği değerler ve pratiklerin bütünü olarak yorumlanabilecek kavram, aynı zamanda, karar alma mekanizmalarını da işletmede etkindir.

2.2. Bourdieu Kavramları Işığında Şekillenene Çeviri Sosyolojisi

Bourdieu sosyolojisinin detaylı tanımlamaları, çeviribilim içinde kendine rahatlıkla yer bulmuştur. Çeviriyi ve çeviri sürecini, metnin ötesine geçmeyi başararak sosyolojik bir olgu ele alan çeviri sosyolojisi, onun kavramları çerçevesinde sonradan şekillenmiş olan bir alandır. Çeviri süreçlerinde yer alan eyleyenleri ve bu eyleyenlerin, çeviri son halini alana kadarki bireysel/toplumsal düzlemdeki etkilerini inceleyen çeviri sosyolojisi, çeviriyi, daha detaylı bir düzlemde ele alabilme fırsatı sunmaktadır (Bogenç Demirel, 2014, s. 403-404). Çevrilecek metne karar vermeden çeviri süreçlerini ve eyleyen arasındaki ilişkileri, sermayeleri; doxa ve illusioyu Bourdieu'nün oyun metaforuyla açıklamak mümkündür. Ortaya çıkmış olan bir çeviride, çevresel koşulların ve içinde bulunulan kültürün oldukça etkili olduğunu vurgulayan bu yaklaşımda, çevirmen, çeviri edimi/ pratiği ve mesleki boyutlarıyla çevirmenlik ele alınmaktadır (Bourdieu, 1984, s.19). Çeviri, dil ve kültür dizgeleriyle aynı anda ilgili olduğu için çok katmanlı olarak nitelendirilebilirken topluma sunulan bir ürün olması açısından da aslında sosyolojik bir olgudur. Pek çok karar mekanizması, değişkenler; beklentiler ve kültürel unsura göre değişiklik gösterebilen çeviriyi, kapsamlı inceleyebilmek açısından çeviri sosyolojisinin alanda hayli önemli bir karşılığı olduğu ifade edilebilmektedir.

Çeviribilime alınılan Bourdieu kavramları üzerine Yves Gambier, Andrew Chesterman, Daniel Simeoni ve Michela Wolf gibi tanınmış çeviribilimciler çalışmalar üretmiştir. Simeoni, habitus ve alan kavramlarından yola çıkarak *çevirmen habitusundan* söz etmiştir. Ona göre, çevirmenin habitusunun oluşumu da sonlanmaz bir döngüdür (Simeoni, 1998, s. 30-32). Wolf, çevirmen stratejilerinin çevirmen habitusunun oluşumunda karar mekanizması olarak değerlendirilmesi gerektiğini ve onun habitusunun alandaki diğer eyleyicilerinkiyle birlikte, alanın koşullarına göre yapılandığını ifade etmektedir (Wolf, 2007, s. 19). Yves Gambier, çevirinin salt bir yeniden yaratım olmadığını vurgularken çevirmenin mesleki koşullarını da ele almaktadır. Çevirmenin tekinsiz çalışma koşullarında nasıl bir taşeron gibi çalıştığını anlayınca çeviri süreçlerine dair pek çok unsurun daha anlamlı olacağını ifade etmektedir (Gambier, 2006, s. 29- 33). Andrew Chesterman, "Questions in the Sociology of Translation" başlıklı makalesinde, çeviri sosyolojisini üç alt başlığa ayırmaktadır: çevirinin sosyolojisi, çevirmenlerin sosyolojisi ve çevirinin sosyolojisi (Chesterman, 2006, s.12). Bourdieu sosyolojini çeviri alanına uyarlayan kuramcılarının her biri farklı açıdan yaklaşarak çeviri sürecinin farklı bir boyutunu değerlendirmektedir. Bu tanımlama ve eklemelerle, çeviri sosyolojisi çeviri alanında kendine yer edinebilmekten öteye geçerek kapsayıcılığıyla oldukça etkili ve sık kullanılan bir çalışma yöntemi olmuştur. Böylece, çeviri ürün halini alana kadarki tüm süreçleri kapsamlı bir biçimde değerlendirmiş olup çeviriye yeni bir bakış

açışı kazandırmış olduğu savunulabilmektedir. Çeviribilimde değinilmemiş noktalara temas edebilen çeviri sosyolojisi, insan, toplum ve süreç vurgusuyla alandaki eksikliği tamamlayarak daha bütüncül ve başka boyutlu çalışmaların da meydana gelebilmesine imkân sağlamıştır.

Türkiye’de, Emine Bogenç Demirel, Yapı Kredi Yayınları’na ait Cogito Dergisi’nin *Bourdieu* sayısında, çeviri sosyolojisinden söz eder. Çeviri sosyolojisini, alana girişi ve işleyişini detaylı biçimde açıklar (Bogenç Demirel, 2014, s. 402-416). Zuhale Emirosmanoğlu, çeviribilimin bilimsel alan tasarımı için detaylı bir taslak önermiştir. Bourdieu sosyolojisine uygun biçimde, ilişkisellik ve tarihsellik unsurlarını da göz önünde bulundurarak Türkiye’deki çeviribilim/ mütercim tercümanlık bölümlerini detaylı inceler ve detaylı bir ilişkiselliği somut olarak sunar (Emirosmanoğlu, 2015, s. 125). Son senelerde, sahada çevirideki piyasa koşulları, çevirmenlerin geçimi ve prekaryalaşma durumlarını inceleyen çalışmalara da rastlanabilmektedir (Kanıdınç Kılınçarslan, Burcu, & Bogenç Demirel, 2023).

Çeviri sosyolojisinde yer bulmuş ve çeviri pratiklerini; alandaki birey/toplum ilişkilerini ve mücadeleleri açıklayan Bourdieu kavramları, habitus, alan, sermaye, doxa, oyun, illusio, konumlandırma, simgesel, oyun, meşrulaştırma, ilişkisellik, hiyerarşi, düşünümüsellik olarak belirtilebilmektedir. Bourdieu, hem eyleyenleri hem de onların içinde bulundukları koşulları ele alırken aralarındaki ilişkilerin de gözlenmesine vurgu yapmaktadır. Ürünlerin kaynak/ erek kültürde dolaşimleri, simgesel uzamları ve kültürel kısıtlar, bu çalışmada odağa alınacak olan Bourdieu sosyolojisine ait kavramlardır. Çevrilecek ya da bu çalışmada olduğu gibi erek dizgede yeniden şekillenecek ürünün seçimini etkileyen unsurlarla yeniden inşa etme süreç başlamış olur. Her seçimde, uluslararası işbirliği ve iletişimin ötesine geçen unsurlar vardır ve ürünü erek kültüre tanıttak yayınevi/ kurum ve yapı, bu tanıtımdan bir kazanç beklemektedir. Bourdieu’ye göre, alana giren tüm eyleyenler sonuçta bir “illusio” yani çıkar beklentisi içindedir. Bu çıkarlardan bir tanesi maddi nedenler olarak belirtilebilir ancak çıkarlar yalnızca bununla da sınırlı değildir. Ürün erek dil ve kültür dizgesinde yerini bulurken bunu sağlayan kurum veya yayınevi de sonuçta kendi elde edeceği faydaları da değerlendirmektedir (Bogenç Demirel, 2014, s. 411). Ayrıca, çeviri veya yeniden yazım sürecini gerçekleştiren eyleyenin habitusu ve simgesel sermayesi de tüm süreci etkileyen faktörlerdendir.

Alan içinde sürekli bir iktidar kavgasının varlığına dikkat çeken sosyolog, seçimleri açıklayan süreçleri tanımladığı “Les conditions sociales de la circulation internationale des idées [Fikirlerin uluslararası dolaşımın toplumsal koşulları]” (1990) başlıklı makalesinde, içerik olmadan dolaşıma girmiş olan uluslararası metaların, dolaşıma girdiği konumdaki alıcılara göre şekillenebildiğini ve bunun pozitif veya negatif sonuçlarının olacağını ifade etmektedir. Çeviri, yabancı okur tarafından alımlanacak nesnenin seçiminde çok aşamalı bir süreç geçirmektedir. Diğer bir kültüre aktarılabilecek olan içeriğin seçiminin mutlaka bir amacı vardır. Yeniden yazılacak bir yapıtın seçilmiş olmasının mutlaka bir ereği olacağı gibi yayınevi, kitap kapağı, dil tercihi vb. koşullar da her zaman önem arz etmektedir. Örnek olarak Komünist Manifesto ve Martin Heidegger’in yapıtlarının çevrilme amaçlarından söz eden Bourdieu, bu aktarımların kültürleri beslediğine işaret etmektedir (Bourdieu, 1990, s. 2-3).

Uluslararası dolaşıma giren ve girdiği alanda yeniden şekillenen bir yapının seçim sürecinden başlayarak nasıl aktarılacağı, aktaran kişinin habitusu ve alanının simgesel sermayeleri; karar ve kontrol mekanizmaları, erek dizgedeki durumlar ve beklentiler gibi pek çok unsur göz önüne alınmaktadır. Ek olarak, simgesel sermaye alt başlığıyla tanımlanabilecek olan, kapak seçimleri, önsözler de erek kitlenin algılama biçimleri üzerinde etkilidir. Dolayısıyla, farklı bir dizgede dolaşımı girmiş olan ürün, dolaşıma girdiği kültürde, yeni bir kimlik edinir ve erek dizgenin toplumsal alanına uygun olarak orada yeni bağlar kurar (Bourdieu, 2006, s. 139). Çevirmen veya bu çalışmada yeniden yazan, simgesel sermaye başlığı altında, siyasi, ekonomik ve kültürel kısıtlar başta olmak üzere bazı kısıtlara tabiidir. Tamamen istediği biçimde içerik üretemeyen çevirmen, bir takım kısıtlara “boyun eğmek” durumunda kalırken bu noktada vereceği kararlarda da kendi habitusunu devreye sokmaktadır. Böylece, o zamana kadar sözü edilen kültüre dair tüm bildikleri ve edindiği birikimleri kullanarak en uygun içeriği oluşturmayı hedeflemektedir.

Cosmopolitan dergisinin Türk edisyonunun da bu anlamda dolaşıma girdiği erek dizgedeki simgesel sermayelere uygun olarak yeniden yazıldığı ifade edilmektedir. Amerikan edisyonunda, daha dişil unsurlar, kapak fotoğrafları ve “cinsel cazibesi yüksek kadın” olarak nitelendirilebilecek içerikler mevcut olsa da Türk edisyonunda bu başlıklara rastlamak mümkün değildir. Cinsel içerikli metinlerin, erek dizge olan Türk edisyonunda yerini çok daha az ve daha yüzeysel ve masumane biçimlerde bulduğunu söylemek mümkündür. Amerikan edisyonunda var olan ve Türk edisyonun simgesel sermayesine göre pek kabul edilebilir olmayan kadın-erkek ilişkileri üzerine yazılan detaylı yazıların, Türk edisyonda tamamen atılmakta veya yüzeysel olarak flörtle ilgili yazılar olarak varlık bulmakta olduğu görülebilmektedir. Bir dergi eyleyicisiyle yapılan yazılı görüşme de, içerikler oluşturulurken dergi çalışanlarının aynı mantıkla, habitus, alan ve kısıtları göz önünde bulundurarak bazı öğeleri çıkardıkları ve yeniden yazdıkları anlaşılabilmektedir.

Fatoş Işıl Cihan, 2011’de Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesi hazırladığı yüksek lisans tezinde, Türkçe basılan Cosmopolitan dergisindeki kadın imajı üzerine incelemeler yapmıştır. İnceleme yaparken birkaç tema üzerinden gitmiştir. Temalardan bir tanesi cinsiyet ve cinsellik iken bir diğeri de stratejidir. Cihan da, cinsellik unsurlarının Türk edisyonda daha “yumuşak” olduğunu ve cinsellik içeren ifadelerin yumuşatıldığını tespit etmiştir. Strateji teması altında da yine dergi eyleyicileriyle yapılan görüşmelerden sonra eyleyicilerinin yalnızca sözcüğü sözcüğüne çeviriyi çeviri olarak gördükleri sonucuna ulaşmıştır. Kendilerini çevirmen değil editör olarak tanımladıklarını ve çeviri yerine uyarlama kavramını kullandıklarını tespit etmiştir (Cihan, 2011, s. 105).

3. YÖNTEM VE BULGULAR

Çalışmanın bu kısmında, Amerikan Cosmopolitan ve Türk edisyonu karşılaştırmalı olarak betimleyici analizi yöntemiyle incelenip cinsellik ve argo sözcük içeren kısımların farklılaştıkları noktalar belirtilecektir. Dergi eyleyicilerinden birisi ile yapılan söyleşi değerlendirilecektir. Karma nitel yöntemden faydalanılarak oluşturulan çalışmada, e-posta yoluyla yapılan görüşmenin değerlendirilmesi ve görüşme yanıtlarının çalışmada yararlanılmış olan teoriyle ilişkisinin açıklanabilmesi hedeflenmektedir.

İlk etapta, dergi eyleyicisine ulaşılmış ve çalışmaya katılıp katılmayacağına dair bilgisine başvurulmuştur. Çalışmaya katılmayı kabul eden dergi eyleyicisi, kendisine yöneltilecek soruları, e-posta yoluyla yanıtlamayı kabul etmiştir. Adının gizli tutulmasını istemiştir. E-posta ile kendisine gönderilen 6 soruyu yanıtlayan çalışan, dergi işleyişi ve karar mekanizmalarıyla ilgili süreci oldukça detaylı açıklamıştır (EK1). Eyleyicinin sorulara verdiği yanıtlar irdedikten sonra, yanıtların Bourdieu sosyolojisi kavramlarıyla örtüşen kısımlarına odaklanılacaktır. İnceleme esnasında, iki dergide farklı içerikler ancak benzer biçimler olarak oluşturulan kısımlardan yararlanılacaktır.

Cosmopolitan Türkiye edisyonu basılı olarak yayımlandığı dönemde, Turkuaz Gazete Dergi Basım A.Ş bünyesinde, yurtdışındaki eş değerleri ile paralel olarak Türkiye’de de ayda bir kez yayımlanmaktadır. Bir dergi eyleyicisi ile yapılan görüşmede, dergide çalışan sayı kişinin en fazla on olduğu anlaşılmaktadır. Dergide temel olarak genel yayın yönetmeni, yazı işleri müdürü, görsel yönetmen, güzellik editörü, konu editörleri, moda editörü ve de sayfa tasarımına destek veren sayfa sekreterlerinin bulunduğu ve bir derginin her şeyiyle hazırlanıp baskıya gönderilmesinin aşağı yukarı yirmi gün sürdüğü bilgisi verilmiştir. Tasarım süreci de olduğu için ayın on beşine kadar editöre ait tüm işlerin ana hatlarıyla tamamlanmış olduğu ifade edilmiştir.

Yayımcı şirket olan Yaysat’ın, hangi derginin yıl içinde ne kadar tiraj yaptığına dair verileri yıllık sunmakta olduğu bilgisi, dergi eyleyicisi tarafından verilmektedir. Bu veriler ışığında derginin hitap ettiği kesimin, Amerikan edisyonundakine paralel biçimde, çalışan, 25-45 yaş aralığında; genelde büyük şehirlerde ikamet eden kadınlar olduğu belirtilmektedir.

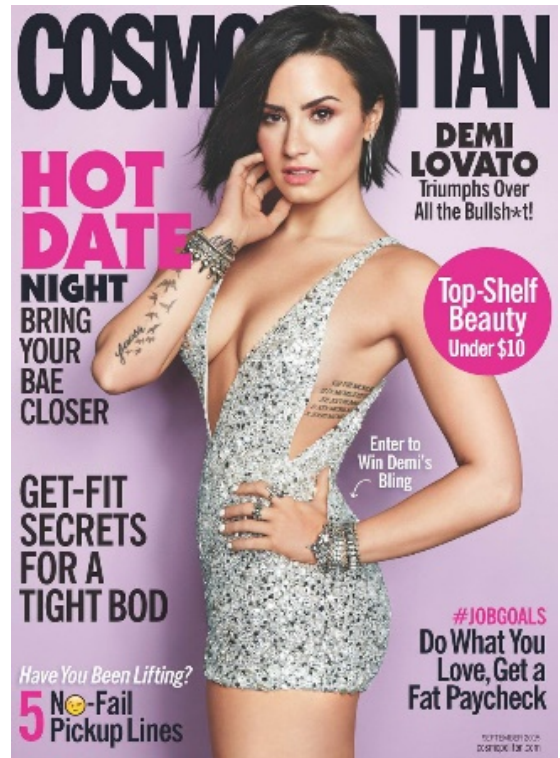
Dergi eyleyicisi, kapak tasarımlarının, dergiyi çok iyi tanıyan görsel yönetmen tarafından belirlendiğini aktarırken font seçimlerinde özgür olsalar da yurt dışını referans aldıklarını söylemektedir. Tasarımın, modern ve yenilikçi görünmesinin oldukça önemli olduğunu ekleyen eyleyici, bu çalışmada, çalışma nesnesi olarak nitelenebilecek çeviri kısmı içinse, hazırlanan içeriklerin çok fazla çeviri gibi görünmesini istemediklerini anlatmaktadır.

Eğer doğrudan çeviriyle bir dergi çıkarmayı hedeflemiş olsalardı, bunu tercümanlık şirketleri vasıtasıyla rahatlıkla yapabileceklerinden bahseden eyleyici, içerik oluştururken sosyal ve kültürel yapının oldukça önemli olduğunun altını çizmektedir. Dergilerinin, genel olarak cesur bir dergi olarak nitelenmesine rağmen yine de yerel sosyokültürel dinamiklere ve değerlere saygı duyup dolaşıma girdikleri kültür ve dil dizgesindeki sınırlarını da iyi belirlediklerini eklemektedir. Örneğin Amerikan baskısında, argo deyişlerin çok daha rahat kullanıldığını ancak Türk edisyonu hazırlanırken bu tarzdan kaçınıldığına değinmektedir. Dergide çevirmen olmadığından editöre, o zaman Türk versiyonunun içeriğini neye göre ve nasıl seçtikleri sorulduğunda ise, yabancı edisyonlardan yapılan çevirilerin Türk edisyonu hazırlanırken bir ilham kaynağı ve çıkış noktası olduğu şeklinde yanıtlamaktadır. Referans aldıkları yazıların olduğunu ve burada gazetecilik reflekslerini kullanarak doğru ürün çıkartmayı misyon edindiklerine değinmektedir. Bu noktada, editörlere düşen görevin önemini vurgulanmakta; hazırlanan içeriklerin, Türk kadınlarının yararlanabileceği bir formata getirildikten sonra yayımlandığı belirtilmektedir. Eyleyici, örnek olarak, cilt problemleriyle alakalı bir haberle ilgileniliyorsa, bir dermatologdan görüş alarak yazıyı ona göre tekrar oluşturduklarını anlatmaktadır. Çevirilerde veya yeniden yazımlarda, her zaman sosyokültürel yapıya uygun bir derleme yaptıklarını ve buradaki amacın da ürünün hedef kitle için

inandırıcı ve gerçekçi olması olduğuna değinmektedir. Esasen, süreci, yabancı edisyondan bir çıkış noktası yakalayıp kendi içeriklerini yaratmak şeklinde özetleyen eyleyici, derginin yayım politikasını bu biçimde özetlemektedir. Bu çalışmada özellikle irdelenen ve farklılıkların en fazla tespit edilmiş olduğu “İlişkiler” başlığının Türk edisyonunda hazırlanmasıyla ilgili olarak eyleyici (6. Türk edisyonu yayımlanırken, olduğu gibi mi aktarılıyor? Çıkarılan veya eklenen kısımlar var mıdır? Varsa bunlar neye göre belirleniyor?) Amerikan edisyonunun, bu başlık altında çok daha esnek ve açık bir dille içerikler yayımlayabildiğini vurgulamaktadır. Bu başlıkta altında Türkiye edisyonu hazırlanırken, daha uygun ve kapalı bir üslupla bir içerik oluşturmaya çalıştıklarına değinen eyleyici, sonuç olarak söylenen ve anlaşılan aynı olduktan sonra, kullanılacak üslubun o ülkenin kültürüne ve değerlerine uygun olması gerektiğini vurgulamaktadır. Burada, kastettiğinin aşırı muhafazakârlık olmadığını ancak, sosyal ve kültürel normlara uygun olarak bir dengenin sağlanması gerektiğine inandığının altını çizmektedir.

Derginin 2015 edisyonlarının birinden seçilen görselde, ünlü Amerikalı bir şarkıcının kapak fotoğrafı yer almaktadır. Şarkıcının elbisesinin kısa ve dekoltesinin yoğun olduğu savunulabilir. Adının altında tüm saçmalıklardan galip çıkan benzeri bir niteleme görülebilmektedir. Saçmalık (bullsh**!!) şeklinde yazılmış olan argoya yakın sözcüklerin Türk edisyonundan ayıklandığı bilgisi, dergi eyleyicisi tarafından verilmiştir. Seçilen parlak elbise, fotoğrafın ihtişamının altını çizmektedir. Şarkıcının kolundaki pek çok bilekliğin üzerinde, okuyucuların, belirli işlemleri gerçekleştirip bu mücevheri kazanabileceği bilgisi de mevcuttur. Bu noktada, kadın bedeninin üzerinden bir kazanç sağlama savı da öne sürülebilir. Sol üst köşede iri puntolarla “Hot Date (Ateşli Buluşma)” başlığı görülebilmektedir. Onun altında biraz daha ufak puntolarla aşkınızla nasıl yakınlaşırsınız benzeri bir cümle görülebilmektedir. Bu yazının altında sıkı bir vücut için taktikler vaat edilirken kapağın diğer köşesinde, kariyerde daha fazla para kazanabilmek için tavsiyeler benzeri bir yazı görülebilmektedir.

Resim 5’te, Türkiye’den bir dizi oyuncusunun fotoğrafı yer almaktadır. Kişinin “Cici kız imajımı değiştirmedim için mutluyum” açıklamasının üzerinde adı; altında “Herkes bana âşık” sendromundan kurtulunması için tavsiye içeren bir cümle yer almaktadır. Fotoğrafın, Türk oyuncunun masumiyetini vurguladığı söylenebilir. Seçilen beyaz elbisenin de masumiyet vurgusu yaptığı çıkarımı yapılabilir. Resim 4’teki Amerikan edisyonundaki ışıltılı ve yoğun dekolte fotoğrafı yerine Türk edisyonunda seksi ve özgür kadından çok masum ve âşık kadın vurgulanmaktadır. Bu edisyonda, yukarıdaki ateşli buluşmada partneri daha da yakınlaştırma tavsiyelerinin yerinde



Resim 4. Cosmopolitan Amerika Birleşik Devletleri edisyonundan birkaç içerik başlığı (2015)

Eylül'de Seks Başkadır cümlesi ve altında yatak odasını ısıtacak öneriler ifadesi yer almaktadır. Bu iki kısmın benzer olduğu iddia edilebilir çünkü ikisi de yatak odası temalıdır. Yatak odası taktiklerinin altında genç ve boşanmış kişilerin yola nasıl devam edeceğine dair bir cümle görülebilmektedir. Altındaki cümlede terlemeden kas yapmayı içeren bir yazının başlığı varken en alt kısımda ise blogger evi tanıtma haberi duyurulmaktadır. Diğer kısımlar benzeşse de ev tanıtma kısmı yerine Amerikan edisyonunda karşı cinsi tavlama önerileri küçük ve çok daha yoğun cinsel göndermeli olarak verilmektedir. Kalan kısımlarda güzellik ve stil önerisi bulunmaktadır. Karşılaştırılan örneklerden de görülebileceği üzere, Amerikan edisyonunda kullanılan cinsellik veya argo içeren unsurlar, Türk edisyonunda görseller de dâhil olmak üzere ya çok daha yumuşatılmış ve genelleştirilmiş veya tamamen atılmış olarak okuyucuya sunulmuştur. İlişki, cinsellik, kadınsılık; kadının kariyeri, güzelliği vb. temalar, kapaktaki dizayn ve dizilim; ülkesinde ünlü bir kadın ve başlıkların yerleşimi benzerlik gösterse de içerikte Amerikan edisyonu çok daha cesur hareket edebilirken Türk edisyonun alanının çok daha kısıtlı olduğu görülebilmektedir. Cinsellik ve seks konuları açıkça yazılmış olsa da genç kız dergilerinin masumiyet temaları da görülmektedir. Amerikan edisyonunda ise bu kısım çok daha yoğun cinsel öğelerle doldurulmuştur.

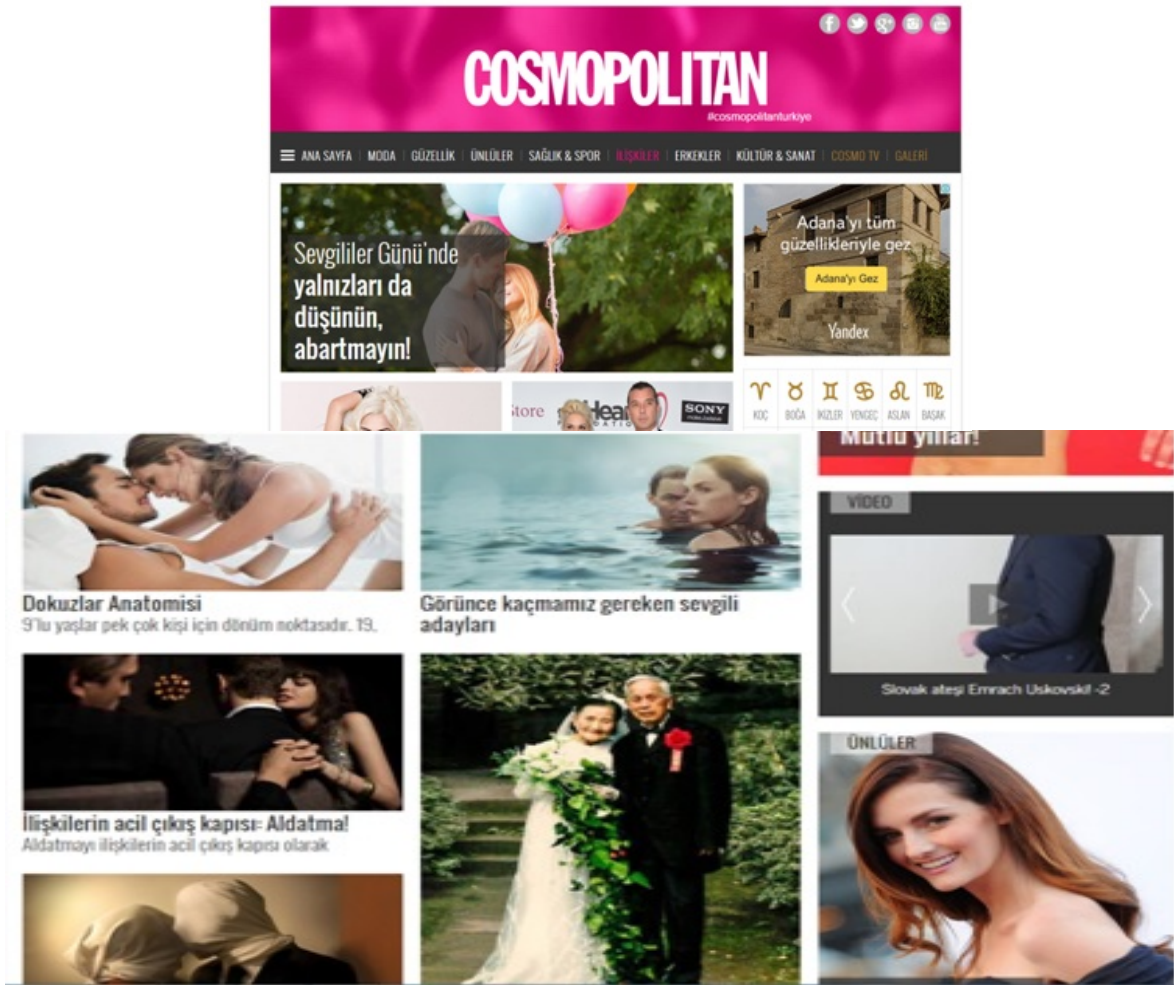


Resim 5. Cosmopolitan'ın Türkiye baskısı dergi kapağı Eylül 2015



Resim 6. Cosmopolitan Amerika Birleşik Devletleri edisyonu başlıklarına ilişkin görseller (2015)

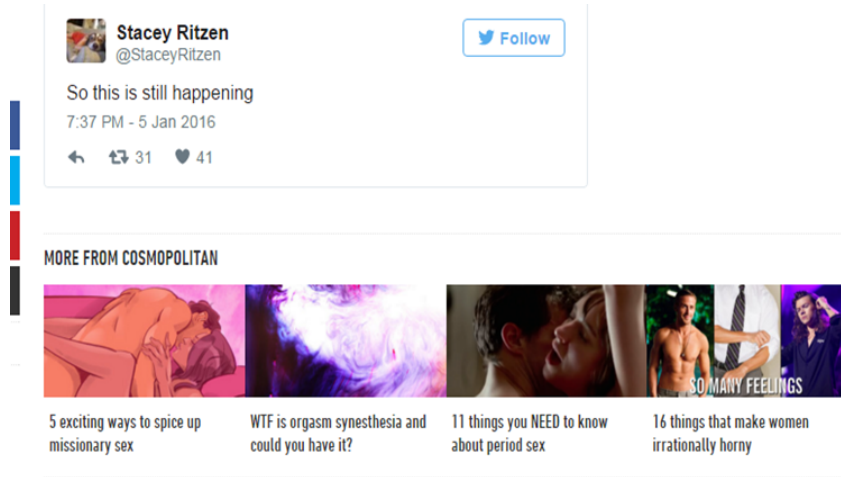
Aynı Amerikan edisyonunun takip eden sayfalarında, cinsellik ve argo içeren unsurların yoğunlaştığı görülebilmektedir. İlk görselin sol üst kısmında evlilik teklifi yapılan kadınların bu durumu nasıl anladıklarına dair bir başlık vardır. Yanında ise el ele tutuşmuş bir çiftin olması evlilik teklifi anının canlandırılması olarak yorumlanabilmektedir. Bu yazı ve görsel sayfanın yarısını kaplamıştır ve sayfanın diğer yarısında ise yüksek sesle seks yapmak için sosyal medyayı kullanmış olan bir kadının haberinin yanında cinsel içerikli ve seks anını canlandıran bir görsel mevcuttur. Bu yarım sayfalık görselin bir diğer yarısında da seks pozisyonu ve orgazm ile ilgili görseller ve yazılar görülebilmektedir. Sayfanın sol taraftan ikiye bölündüğü ve ilişkiler ve seks başlıklarıyla ikiye ayrıldığı anlaşılmaktadır.



Resim 7. Cosmopolitan Türkiye'nin benzer başlıklarına ilişkin görseller (2015)

Türk edisyonun aynı sayısından benzer başlıklara bakıldığında ise, Amerikan edisyonu kadar cesur olmadığı anlaşılabilmektedir. Sol sütundaki 4 görselde de çiftler görülmektedir. Yalnızca bir fotoğrafta, burun buruna gelmiş bir çift görülebilirken diğer görsellerde evlilik veya ilişki teması ön plandadır. Sevgililer günü ve sevgili temalı görsellere ilaveten sağ tarafta video ve ünlülerle ilgili Amerikan edisyonunda hiç olmayan başlıklar bile seçilebilmektedir. Amerikan edisyonundaki paralel içeriklerdeki cesur cinsel ve argo unsurlar Türk edisyonunda neredeyse sıfırlanmıştır.

görselde üstsüz bir erkek fotoğrafı göze çarpmaktadır. Yan sütünde giyilebilir şarj kablosu ve burçlar başlıkları görülebilmektedir.



Resim. 10 Ocak 2016 Türkiye Cosmopolitan Love & Sex ana başlığının Alt Başlıkları

Aynı Amerikan edisyonundan (Ocak, 2016) devam edilirse, yine yoğun olarak nitelenebilecek cinsel ifadeler ve görseller görülebilmektedir. Seks pozisyonları ve birlikte olmaya dair pek çok jargon sözcük ve de görsel İlişkiler başlığı altındaki sayfada yer almaktadır.



Resim. 11 Ocak 2016 Türkiye Cosmopolitan'da İlişkiler Ana Başlığının Alt Başlıkları

Yoğun cinsel unsurlar içeren Amerikan edisyonu Ocak 2016'dan sonra Türk edisyonunda dokuzlu sayılardaki seks hayatına ait bir yazı ve burun buruna bir çift görseli seçilebilmektedir. Resim 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 ve 11'den anlaşılacağı üzere, ana başlıklar ülkelere göre çok fazla değişiklik göstermektedir. Dergi, isim olarak aynıdır. Kapak, içerik ve sayfa süzeni olarak benzeşmektedir ancak bazı başlıkların altları farklı biçimlerde şekillenmiştir.

Fransız sosyolog Pierre Bourdieu'nün kavramları, sosyal bilimlerde girdiği alana göre şekillenebilmiş; bu yeniden yapılanma çeviribilimde de etkisini gösterebilmiştir.

Amerikan menşei Cosmopolitan dergisi de, Türkiye'de Turkuaz Yayınevi bünyesinde yayımlanmaktadır. Derginin isim haklarını saklı tutarak Türkiye edisyonunda, yerel dinamiklere ve alandaki simgesel sermayeye uygun biçimde içerikler yeniden yazılmıştır. Pierre Bourdieu'yü destekler nitelikte yeni dolaşıma girdiği kültürde farklı bir marka olarak varlığını sürdüren yayındaki farklılıkları tespit edebilmek adına bir dergi eyleyicisi ile yapılan söyleşi sonucunda bu tercihin de oldukça bilinçli olduğu görülebilmektedir. Eyleyici, dergide bir çevirmen olup olmadığı sorusuna derginin çeviriden ziyade yeniden yorumlanma ve yazılma amacıyla hazırlandığını ifade

etmektedir. Bu noktada, yazım sürecini de Bourdieu kavramlarından “illusio” yani ekonomik çıkarların belirlediği çıkarımı yapılabilmektedir. Simgesel sermayeye uygun olarak habituslarını devreye sokan eyleyiciler, aynı adlı bir içeriği, dolaşıma girdiği dizgenin alan koşullarına uygun hale getirmeyi en başta hedeflemektedir. Bu değişiklikler ise başta cinsellik ve argo sözcükler içeren yazı ve görsellerdeki değişim olarak görülebilmektedir. Bu sayede, yayın hayatında var olarak pek çok eyleyenin illusiolarını korumakta oldukları var sayılabilmektedir.

4. SONUÇ VE GÖZLEMLER

Dünya’da kırk dört farklı dilde, dijitalleşmeyle birlikte bile pek çok okura ulaşmayı başarabilen Cosmopolitan dergisi, yüz yılı aşan tarihiyle evrimi açısından hayli ilginç bir süreç geçirmiştir denebilir. Yazın yönü kuvvetli bir dergiyken öğrencilere ücretsiz dağıtılma gibi ilgi çekici ve başarıya ulaşabilmiş stratejilerle dergi, gün geçtikçe kendi yerini sağlamlaştırmıştır. 1960’lı yıllarda, Feminizm hareketinin etkisiyle editör Gurley Brown dergiyi başka bir yöne götürürken erişebildiği kitleleri de oldukça genişletmiştir. Bu yeni vizyonla derginin kapaklarında sıkça cesur giyinmiş genç ve alımlı kadınlara yer verilmeye başlanmıştır. İçerikte de, kadınların cinsel yaşamından, moda akımlarına; makyaj tüyolarından ilişkilerine pek çok yeni başlığa yer verilirken burada amacın kadınların özgürleşmesi olduğu ifade edilebilmektedir. Derginin, o dönemki stratejisinin, kadınların cinsel yaşamlarını ve giyim kuşamlarını saklanacak bir şey olmaktan çıkarıp daha doğal bir hale getirmek olduğu ifade edilebilmektedir. Doğum kontrol hapları gibi daha önceden ele alınmamış konuları işlemeye başlayan derginin yeni misyonu, dergiyi farklı bir yöne doğru çekerken sonradan eklenen bu yenilikten dolayı da okuyucu kitlesini hayli genişlettiği çıkarımı yapılabilmektedir. Ulaşabildiği ülke sayısı artarken, dergi uzun yıllar bu tarz içerikleri üreten nadir dergilerden olmuştur. Böylece, küresel ölçekte belki de bir ihtiyacı gidermiş olduğu sonucuna varılabilmektedir.

Türkiye’de ilk yayımlanma tarihine dair net bir bilgi bulanamasa da, erişilebilen edisyonlarında, derginin aynı adı ve bazen aynı kapak kişisini taşısa da içerik olarak Amerikan edisyonundan oldukça farklılaşmış olduğu ifade edilebilmektedir. Dergide bir çevirmenin olmaması, derginin çeviriden çok uyarlama veya yeniden yazma yöntemine gittiğini ortaya koyar niteliktedir. Kültürel olarak, Amerikan edisyonunun Türkiye’de olduğu gibi basılamayacağını belirten bir dergi eyleyicisi, bu söylemiyle yeniden yazım sürecinde simgesel sermayelerinin devreye girdiğini farklı bir biçimde söylemiş olmaktadır. Simgesel sermayelerini temel alarak yeniden içerik oluşturan dergi eyleyicilerinin yine dergiyi yayıma hazırlarken yoğun cinsellik ve argo içeren kısımları değiştirdiklerini çünkü dergiyi olduğu gibi Türkiye’de yayımlamayacaklarını ifade ettikleri görülebilmektedir. İncelenen örneklerde de yoğun cinsellik içeren unsurların tamamen atıldığı veya çok daha masumane unsurlarla değiştirildiği görülebilmektedir. Sekse dair önerilerin ilişki veya flört dönemi buluşma önerileri gibi öğelerin yerine geçtiği örnekler, bu çalışmada incelenmiştir.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında gelişen sosyoloji için en kilit adlardan birinin Fransız sosyolog Pierre Bourdieu olduğu iddia edilebilir. Onun sermaye, habitus ve illusio kavramlarını kullanarak dergi eyleyicilerinin bir takım kararlar aldıkları, çalışma sonucunda ortaya çıkmaktadır. Habitus ve

sermayelerini devreye sokarak illusiolarını yani oyunun sonunda elde edecekleri çıkarlar doğrultusunda karar verdikleri görülebilmektedir. Fransız sosyolog Pierre Bourdieu, teori ve pratiğe eşit derecede önem vermektedir. Çalışma nesnesi olarak insanı görmekte ve sosyolojide yaptığı gözlemler, incelemeler ve araştırmalar sonucu elde ettiği tespitlerin, sahada daha önce çok tercih edilmemiş ancak görece daha gerçekçi yöntemlerle yapmış olduğu ifade edilebilir. Bourdieu, tanımlamalarını yaparken oyun metaforunu kullanmaktadır. Bir oyundaki eyleyenleri ve oyunun kurallarını; öncesini ve sonrasını detaylıca tasvir etmektedir. Ona göre iki kişinin olduğu her oyun yani en az iki kişili her ilişkide mücadele ve bir takım dengeler vardır. Bu unsurlar, koşullara göre şekillenmektedir. Çeviri veya bu çalışmada yeniden yazma olarak değerlendirilen eylem, çeviriyi, çevirmeni ve toplumu birer inceleme nesnesi olarak görürken tüm bu unsurları karar mekanizmasından ürünün ortaya çıkışına kadarki sürece dâhil etmektedir.

Cosmopolitan dergisinin Türk edisyonunun aynı adla Türkiye’de basılması ancak çevrilmek yerine uyarlanması da Bourdieu’nün tanımlamalarında karşılık bulabilmektedir. Fransız sosyolog, her ürünün uluslararası dolaşıma girmesinin bir nedeni olduğuna işaret etmektedir. Bu neden genelde maddidir ve doğal olarak ürünün dolaşıma sokulmasından sonra bu süreçten bir fayda beklenmektedir. Dolaşıma giren ürün, her girdiği kültürde yeni bir kimlik kazanır ve orijinalinden haliyle uzaklaşır. Yeni girdiği kültürde yani ülkede, oranın koşullarına ve değerlerine göre yeniden biçimlenmektedir. Yeni bir markaya sahip olan ürün, kendisini çevreleyen, şekillendiren ve yeniden ortaya çıkaran toplumsal bağlarla kurmak durumunda olduğu simgesel bağlar bu noktada oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Bourdieu sosyolojisiyle ele alınırsa, Cosmopolitan dergisinin Türkiye’de değiştirilen içerikleri, simgesel sermaye uyarınca yapılmaktadır. Bir dergi eyleyicisi ile yapılan görüşme de bu çıkarımı desteklemektedir. Dergi eyleyicilerinin habitusları ve simgesel sermayeleri, yoğun cinsel içerikleri basmamaları gerektiği biçimde şekillenmiştir. Bu çalışma yorumlanırken de eyleyici yani yazar, tıpkı dergi eyleyicileri gibi simgesel sermayesine ve habitusuna uygun olarak Amerikan edisyonunu tanımlarken yazması gereken yoğun cinsel ve argo unsurları açıkça yazmaktan çekinmiştir. Dergi eyleyicileri, illusioları, yani bu çalışmada maddi çıkar olarak tanımlanabilecek olan çıkarları uyarınca kültürel sermayeleri doğrultusunda değişikliklere gitmişlerdir çünkü derginin satılması onlar için önemlidir ve yüksek olasılıkla tek geçim kaynaklarıdır. Türkiye’de Fatoş Işıl Cihan tarafından yazılmış; Amerikan ve Türk edisyonlarındaki kadın imajını inceleyen yüksek lisans tezinde de aynı sonuçlara ulaşılmıştır. Dergi eyleyicileriyle yapılan görüşmeler sonucunda, eyleyicilerin çeviri değil uyarılama yaptıkları ve cinsel içerikli unsurlarla argo sözcüklerini yumuşatarak aktardıkları tespit edilmiştir.

Derginin Amerika Birleşik Devletleri ve Türkiye edisyonları karşılıklı ele alındığı zaman, bu sav açıkça görülebilmektedir. Türk edisyonu, simgesel sermaye süzgecinden geçerek Türk kültürüne, gelenek ve alışkanlarına paralel olarak aynı marka adıyla yeniden üretilmiştir denebilmektedir. Bu üretimde, yeni bir marka edinmiş olan Amerikan Cosmopolitan içeriğinden uzaklaşmış olsa da, Türk Cosmopolitan artık Bourdieu’ya göre yeni bir markadır. Bu yeni marka, bu çalışmada ele alınan cinsel içerikli yazı ve görseller anlamında farklıdır. Sözü edilen unsurlar ya tamamen arındırılmış veya bu öğeler muğlak ve üzeri kapalı ifadelerle çok daha kısa yazılar ve az görseller olarak yeni markada kendine yer bulmuştur. Bu süreçte, kendi simgesel sermayeleri,

haitusları ve illusiolarıyla hareket etmiş olan dergi eyleycilerinin ortaya koyduğu yeni ürün ya da marka, aynı adla ancak yeni özelliklerle, Bourdieu tarafından belirtildiği üzere, kendi alanına ve alanının kurallarına uygun bir biçimde yeniden varlık bulmuştur.

Derginin kırk dört farklı ülkede basıldığı bilgisine erişilmiştir ancak bu çalışmada yalnızca Amerikan ve Türk edisyonlarına değinilmiştir. Diğer baskıları veya yayımlanma nedenlerinin incelenmesi, bu çalışmayı çok daha bütüncül bir sonuca ulaştıracaktır. Dolaşıma girdiği tüm edisyonlarına erişmek ve orada yeni ürün olarak edindikleri kimlikleri değerlendirmek de önemlidir. Yeni edinmiş oldukları kimliklerdeki farklılıklar ve bu farklılıkların çıkış noktalarının değerlendirilmesi, bu çalışmadan çıkan yekpare sonucu çok daha nesnel ve kapsamlı bir sonuca götüreceği şüphesizdir.

Dijital ortamda yayımlanan dergiler, bu dergilerin sosyal medya hesapları, bu hesapların takipçilerinin ortak özellikleri; sosyal medyada oluşturulan içeriklerin altına yapılan yorumlar, ilerideki sosyolojik gözlem ve çalışmalar için aynı çalışma nesnelerinden daha farklı boyutlarda sonuçlar çıkartabilmektedir. Ayrıca, bu çalışmada, yalnızca bir dergi eyleycisi ile görüşme yapılabilmektedir. Dergideki tüm çalışanlarla görüşme yapmak, dergi içi yapılanmaları ve ilişkileri, Bourdieu sosyolojisiyle çok daha kapsamlı biçimde açıklayacaktır.

KAYNAKÇA

- Benjamin, Jennifer. (2007, May 4). “ How Cosmo Changed the World” <https://www.cosmopolitan.com/lifestyle/a1746/about-us-how-cosmo-changed-the-world/> (erişim: 16.12.2024).
- Bourdieu, Pierre (1984). “Ökonomisches Kapital, Kulturelles Kapital, Soziales Kapital”, Hrsg: Kreckel, Reinhard, Soziale Ungleichheit, Soziale Welt, Sonderband 2. Göttingen.
- Bourdieu, Pierre. (1995). *Pratik Nedenler*. Çev. Hülya Tufan. İstanbul: Kesit Yayıncılık.
- Bourdieu, Pierre. & Wacquant, Loïc. (1996). *Reflexive Antropologie*, Suhrkamp, Frankfurt am Main.
- Bourdieu, Pierre. (1997). *Toplumbilim Sorunları*. Çev. Işık Ergüden. İstanbul: Kesit Yayıncılık.
- Bourdieu, Pierre. (1990). ‘Les conditions sociales de la circulation internationale des idées’. Cahiers d’histoire des literatures romanes.
- Bourdieu, Pierre. & Wacquant, Loïc. (2003). *Düşünsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*, Çev. Nazlı Ökten, İletişim Yayınları, İstanbul
- Bourdieu, Pierre. (2006a). *Karşı Ateşler*. çev. Serhat Canbolat. İstanbul: Sel Yayınları.
- Bourdieu, P. (2006b). *Sanatın Kuralları: Yazınsal Alanın Oluşumu Ve Yapısı*. Çeviren: N. Kamil Sevil, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bourdieu, Pierre, Wacquant, L. (2014). *Düşünsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*. çev. Nazlı Ökten. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bourdieu, P. 2012. “Sosyal Sınıfı Yapan Nedir? Grupların Kuramsal ve Pratik Varlığı Üzerine”, Tözcülüğün Tasfiyesi, (eds.) Güney Çeğin ve Emrah Göker, Notabene Yayınları: Ankara, 367-384.
- Bourdieu, Pierre. (2015a). *Pratik Nedenler*. 2. bs. çev. Hülya Uğur Tanrıöver. İstanbul: Hil Yayın.

- Bourdieu, Pierre. (2015b). *Bilimin Toplumsal Kullanımları Bilimsel Alanın Klinik Bir Sosyolojisi*. 2. bs. çev. Levent Ünsaldı. Ankara: Heretik Yayınları.
- Bourdieu, Pierre. (2015c). *Ayrım Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi*. çev. Derya Fırat Şannan & Ayşe Günce Berkkurt. Heretik Yayınları, Bourdieu Dizisi 7.
- Bourdieu, Pierre. (2016a). *Devlet Üzerine: College de France Dersleri (1989-1992)*. 2. bs. çev. Aslı Sümer. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Bourdieu, Pierre. & Wacquant, Loïc.. (2016b). *Seçilmiş Metinler*. 3. bs. çev. Levent Ünsaldı. Ankara: Heretik Yayıncılık.
- Bourdieu, Pierre. (2018). *Bir Pratik Teorisi için Taslak*. Çev. Nazlı Ökten Gülsoy. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Bourdieu, Pierre. (2019). *Heidegger'in Politik Ontolojisi*. Çev. Aslı Sümer. İstanbul: Monokl Yayınları.
- Bourdieu, Pierre. (2020). *Sanatın Kuralları- Yazınsal Alanın Oluşumu ve Yapısı*. Çev. Necmettin Kamil Sevil. İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Bourdieu, Pierre. (2021a). *Homo Academicus*. Çev. Nazlı Ökten, Arzu Nilay Kocası ve Eren Gülbey. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Bourdieu, Pierre. (2021b). *Sosyolog ve Tarihçi*. Çev. Zuhall Karaca (Emirosmanoğlu). İstanbul: Vakıfbank Kültür Yayınları.
- Bourdieu, P.; Wacquant L. (2003). *Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*. Çev. Nazlı Ökten. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Buzelin, Helene. (2007). *Translation studies, ethnography and the production of knowledge. In Translation – Reflections, Refractions, Transformations*. ed. Paul St-Pierre, Prafulla C. Kar. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company: 39-56.
- Chesterman, Andrew. (2006). "Questions in the sociology of translation". J.F. Duarte, A.A. Rosa, T. Seruya (ed). *Translation Studies at the Interface of Disciplines*. Amsterdam, Benjamins.
- Cihan, Fatoş Işıl. (2011). *The Turkish Cosmopolitan Magazine as Translation: An Analysis of Representations of Women*. Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans tezi.
- Cronin, Michael. (2003). *Translation and Globalization*. New York: Routledge
- Çeğin, G. Göker, & E. Arlı, Alim; Tatlıcan, Ü. (eds). (2007). *Ocak ve Zanaat–Pierre Bourdieu Derlemesi*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Demirel Bogenç, E. (2013) *Çeviri Sosyolojisinin İnşası, Bourdieu Çözümleri-Pratiklerden Seçkiler*, İstanbul: Cinius Yayınları.
- Demirel Bogenç, Emine. (2014). "Çevirinin Bourdieu Sosyolojisi ile Yapılanan Yüzü, Çeviri Sosyolojisi." *Cogito, Yapı Kredi Yayıncılık*. Sayı: 76, 2014
- Emirosmanoğlu, Zuhall. (2015). *Çeviribilim Sosyolojisine Doğru: Bourdieu Sosyolojisiyle Türkiye'de Çeviribilim Alanını Düşünmek* (doktora tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gambier, Y. (2006). Pour une socio-traduction. J. F. Duarte, A. A. Rosa, & T. Seruya (Eds.), *Translation Studies at the Interface of Disciplines* (s. 29-42). John Benjamins.
- Gorski, Philip S. (2015). *Bourdieu Ve Tarihsel Analiz*. İstanbul, Heretik Yayıncılık.

- Kanidinc Kılınçarslan, Burcu, & Bogenç Demirel, Emine. (2023). Çeviriyoruz, Geçinemiyoruz... Yazın Çevirmenleri Üzerine Sosyoekonomik Bir Araştırma. *Frankofoni*, 1, 77-93. <http://www.frankofoni.com.tr/wpcontent/uploads/2023/04/42-Burcu-Kanidinc-Klincarslan-Emine-BogencDemirel.pdf>
- Landers, James. (2008). *Encyclopedia of American Journalism*. Ed. Stephen L. Vaugh. 120-122.
- Machin, David. & van Leeuwen, Theo. (2003). Global Schemas and Local Discourses in Cosmopolitan. *Journal of Sociolinguistics* 7/4, 2003: 493- 512. Blackwell Publishing.
- Mc Guire, Lauren. (2010, April 26). *The Evolution of Cosmopolitan Magazine*. <https://thesocietypages.org/socimages/2010/04/26/guest-post-the-evolution-of-cosmopolitan-magazine/> (erişim: 18.12.2024).
- McMahon, Kathryn. (1990). "The "Cosmopolitan" Ideology and the Management of Desire." *The Journal of Sex Research*, Aug., 1990, Vol. 27, No. 3, Feminist Perspectives on Sexuality. Part 2 (Aug., 1990), pp. 381-396 Published by: Taylor & Francis, Ltd. Stable URL: <https://www.jstor.org/stable/3812809> (erişim: 20.11.2024).
- Tsai, Yean. 2000. Cultural identity in an era of globalisation ± The structure of Taiwanese soap opera. In Georgette Wang, Jan Servaes, and Anura Goonasekera (eds.) *The New Communications Landscape: Demystifying Media Globalisation*. London: Routledge. 174- 187.
- Simeoni, D. (1998). The Pivotal Status of the Translator's Habitus. *Target*, 10(1), 1 39.
- Özsöz, Cihat. (2007). *Sosyoloji Notları*, Sayı: 1, 2007, s. 15-21
- Wacquant, Loic. (2012). *Ruh ve beden: Acemi bir boksörün defterleri* (Çev., N. Ökten). Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi. (Orijinal çalışma 2003 yılında yayımlandı).
- Wacquant, Loic. (2014a). *Giriş. Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar* (Çev. N. Ökten). İletişim Yayınları. (Orijinal çalışma 1992 yılında yayımlandı).
- Wacquant, Loic. (2014b). *Sunuş. Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar* (Çev. N. Ökten). İletişim Yayınları. (Orijinal çalışma 1992 yılında yayımlandı).
- Wolf, M. (2007). *Introduction: The emergence of a sociology of translation*. M. Wolf & A. Fukari (Eds.), *Constructing a sociology of translation* (s. 1-36). John Benjamins Publishing Company. <http://www.cosmopolitan.co.uk/> (erişim: 18.11.2024). <http://www.cosmopolitanturkiye.com/> (erişimi: 16.11.2024). [https://en.wikipedia.org/wiki/Cosmopolitan_\(magazine\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Cosmopolitan_(magazine)) (erişim: 02.11.2024). (<https://www.cosmopolitan.com/entertainment/celebs/news/a3256/britney-spears-cosmopolitan/>) (erişim: 20.12.2024) .

EK 1:

Ayşegül Hanım merhaba,

Soruları hızlıca yanıtlayacağım çalışma prensibimizin ana hatlarından bahsederek, çok fazla özele girmeden.

1. İçerikler oluşturmada işleyen karar mekanizmaları nelerdir?

Yabancı edisyonlardan yaptığımız çeviriler bizler için bir çıkış noktası, ilham kaynağı

oluyor aslında. Tabii ki referans aldığımız yazılar da oluyor. Ancak burada iş bizlere, editörlere düşüyor. Gazetecilik reflekslerimizi de kullanarak haberi Türk kadınlarının faydalanabileceği bir formata çeviriyoruz. Buna bazen uzman görüşleri de ekliyoruz. Örneğin cilt problemleriyle alakalı bir haberse, bir dermatologdan görüş alarak yazıya yediriyoruz. Çevirilerde daima sosyokültürel yapıya uygun bir derleme yapıyoruz ki inandırıcılığı, gerçekliği olabilsin. Aslında yabancı edisyondan bir çıkış noktası yakalayıp kendi içeriğimizi yaratıyoruz denebilir.

2. Cosmopolitan Dergisi Türk edisyonu nasıl hazırlanıyor?

Türkiye’de ekipler genelde 10 kişiyi geçmiyor. Ne yazık ki iş yükümüz bu anlamda yurtdışına göre biraz daha fazla. Dergide temel olarak genel yayın yönetmeni, yazı işleri müdürü, görsel yönetmen, güzellik editörü, konular editörleri (bunlar birden çok olabiliyor ve aktüel konular, röportajlar vs onların alanına giriyor.), moda editörü ve de sayfa tasarımına destek veren sayfa sekreterleri bulunuyor. Bir derginin her şeyiyle hazırlanıp baskıya gönderilmesi aşağı yukarı 20 gün sürüyor. Tasarım süreci de olduğu için biz ayın 15’ine kadar tüm işimizi ana hatlarıyla tamamlamış oluyoruz.

3. Derginin hedef kitlesi kimlerdir?

Yaysat’ın verileri hangi derginin yıl içinde ne kadar tiraj yaptığını ortaya koyuyor. Genellikle tabii ki ekonomik düzeyi yüksek kesimler tarafından okunuyor. Refahın ve eğitimin daha yüksek olduğu İstanbul, İzmir, Ankara, Antalya gibi şehirlerde satışlar daha yüksek. Bizim için hedef kitle aslında tüm kadınlar diyebiliriz ama yaş olarak 25-45 yaş hedef kitemiz.

4. Türk edisyonu hazırlarken çevriliyor mu? Çevirmen kimliğiyle çalışan birisi var mı?

İlk soruda da dediğim gibi hazırlanan yazıların çeviri kokmaması çok önemli. Eğer doğrudan çeviriyle bir dergi çıkabilecek olsaydı bunu tercümanlık şirketleri de rahatlıkla yapabildirdi J Sosyal ve kültürel yapı oldukça önemli. Biz cesur bir dergi olmamıza rağmen yine de değerlere saygı duyuyor ve sınırlarımızı iyi belirliyoruz. Örneğin yurt dışında argo deyimler daha rahat kullanılırken, biz bunlardan kaçınıyoruz.

5. Dergi kapağı, içeriği, yazıları ve görselleri nasıl belirleniyor?

Derginin DNA’sını çok iyi bilen görsel yönetmen tarafından belirleniyor. Fontlarımızda tabii ki özgürüz ama yurt dışını da referans alıyoruz. Tasarımın modern ve yenilikçi görünmesi oldukça önemli.

6. Türk edisyonu yayımlanırken, olduğu gibi mi aktarılıyor? Çıkarılan veya eklenen kısımlar var mıdır? Varsa bunlar neye göre belirleniyor?

Bahsettiğim gibi yurt dışı bu anlamda çok daha esnek. Çok daha açık bir dille yazabiliyorlar. Biz ise söylememiz gerekeni, daha uygun ve kapalı bir üslupla ifade etmeyi tercih ediyoruz. Neticede söylenen ve anlaşılan aynı olduktan sonra, kullanılacak üslup o ülkenin kültürüne ve değerlerine uygun olmalı. Tabii ki aşırı muhafazakar olmaktan bahsetmiyorum ama dengenin sağlanması gerektiğine inanıyorum.

Umarım işinize yarar Verdiğim bilgilerin araştırmanıza. Başarılar diliyorum.

Sevgiler.

27 MAYIS DARBESİ'NİN TÜRK ROMANINA YANSIMASI

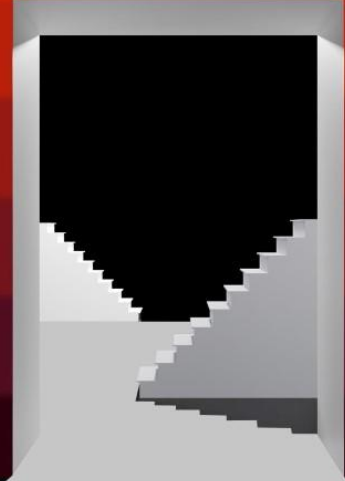
DR. FERHAT ÇETİNKAYA



Günce Yayınları

Türk Romanında Arzunun Görüngüleri

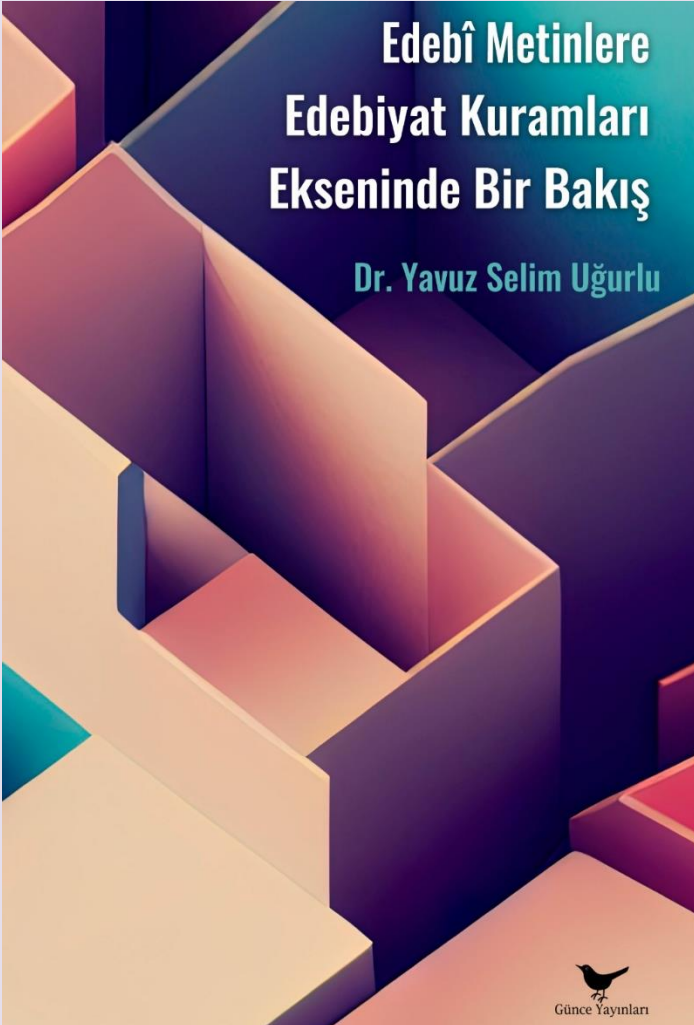
Ömriye Bayrak



Günce Yayınları

Edebî Metinlere Edebiyat Kuramları Ekseninde Bir Bakış

Dr. Yavuz Selim Uğurlu



Günce Yayınları

Ertuğrul Gazi Derhem

Türk Romanında Narsisizm



Günce Yayınları