

Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları E-Dergisi
ISSN 2636-753X / Cilt No 1, Sayı No 1, Mart 2018

Pazarlama Aracı Olarak Dergi Kapakları

Gül TUFAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklam ve Stratejik Marka İletişimi,
gultufan34@gmail.com

Özet

Günümüz toplumlarında kadın ve erkek kimliğinin şekillenmesinde toplumdaki ekonomik, ideolojik, politik ve kültürel ilişkilerin yanı sıra medyanın etkisi de oldukça büyüktür. Teknolojik gelişmeler ile değişip şekillenen yaşam tarzları diğer birçok alanda olduğu gibi beden algısında da önemli dönüşümlere yol açmış ve beden bugün bir proje olarak görülmeye başlanmıştır.

Moda üzerinden bir tüketim nesnesi/projesi olarak bedenin yeniden inşasını ele alan bu çalışma ile moda ve beden kavramlarına değinilmiş ve bu kavramların özellikle kadınların gündelik hayatında yadsınamayacak bir yeri olan cinsiyete yönelik yayın yapan kadın dergileri içerisindeki konumlandırılış şekli ve yeri irdelenmiştir.

Bu makalede, Cosmopolitan ve Aysha çözümlene nesnesi olarak seçilmiş ve dergi kapaklarındaki kadın temsil biçimleri göstergebilim yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Bunun sonucunda ise her iki dergide de kadın, fit, güzel, modayı takip eden, modern ve en önemlisi cinselliği ön planda olan kısacası cinsel bir obje olarak görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Moda ve Beden olgusu, Türkiye’de Kadın Modası, Göstergebilim.

Pazarlama Aracı Olarak Dergi Kapakları

Abstract

The shaping of the identity of men and women in today’s society is influenced by the media as well as economic, ideological, political and cultural relations in society. Life styles changed and shaped by technological developments have led to significant transformations in body perception as well as in many other areas, and the body has begun to be seen as a project today.

This study, which deals with the reconstruction of the body as a consumption object/project through fashion, discusses the concepts of fashion and body and discusses the place and place of these concepts in women’s magazines publishing for sex, which is an undeniable place especially in women’s everyday life.

This article was selected as a Cosmopolitan and Aisha analysis object and the forms of female representation on magazine covers were studied using the semiotics method. As a result, in both magazines, women, fit, beautiful, trendy, modern and most importantly, sexuality in the foreground, in short, sexual object has been seen as.

Keywords: Fashion and body phenomenon, Women’s fashion in Turkey, Semiotics.

Extended Abstract

In the formation of male and female identities, the influence of the media is great, as well as economic, ideological, political and cultural relations in society. Technological developments and changing lifestyles have led to significant transformations in body perception as well as in many other areas, and the body has begun to be seen as a project today.

This study, which deals with the reconstruction of the body as a consumption object/project through fashion, discusses the concepts of fashion and body and discusses the place and place of these concepts in women's magazines publishing for sex, which is an undeniable place especially in women's everyday life.

In this article *Cosmopolitan* and *Aysha*, two different journals for sale in our country and in the world, were selected as the object of examination. The cause of the selection of *Cosmopolitan* and *Aysha* magazines as an object of examination; these two magazines have the highest circulation among different social groups. Another reason is that these two magazines show two extremes of reidealizing the body of the fashion. Both magazines were examined by selecting eight covers in total from Fall and Winter from 2016-2017. It is desired to carry out a balanced examination by selecting the autumn and winter covers of both magazines in the same years. And it is also very important to be able to compare the findings obtained in the research as a balanced way.

The article focuses primarily on the fashion and the body, then dress fashion emphasis on ideology shaped through women's fashion in Turkey and cover how to shape the female body and how it has been mentioned that by idealizing it into a sexual object. Since two different women's magazines are mentioned.

The main objective of the solution to this article is; is to reveal the body perception that is shaped around fashion. This analysis is very important for showing how women's magazines have what kind of content they have and to show the magazines how to idealize the body. In the analysis that has been done, both journals have utilized theory of semiology of Roland Barthes to show how women are represented in the images used on their covers. The magazine covers were examined, based on three terms, showing and being indicative, and as a result they were resolved.

As a result of the analysis, four of the *Cosmopolitan* magazines examined were represented on the cover of a woman as a sexual object. Although the target mass of the *Cosmopolitan* magazine is well-groomed, sexy and open women, the representation of women in the magazine is not correct. Because here the woman is marketed and represented as a consumption object, just as a sexual element. This shows us that all the features of the female's physical features are ignored and that the first thing that comes to mind is the bodily elements such as sexuality and sexiness.

When we look at another magazine, *Aysha* as a review object, the target mass is a magazine consisting of conservative women. Although the target mass is conservative, it is the opposite when we look at the covers. Findings obtained in the direction of the analyzed covers, the reader has expressed her perception that the woman is encouraged, that the veiled woman is well-groomed, fashionable and beautiful, and that she is a sexual object, especially if she is covered by the woman's sexuality and femininity. However, the main rationale for becoming a veil is "the woman hiding and keeping herself from others". However, woman on magazine covers are represented by a model that is more fashion weekten.

In general, in both journals women are represented as a sexual object, which follows the fit, the beautiful, the fashion, the modern and the most important is the front planer.

Giriş

Moda, Türkçe'deki anlamını anımsatacak bir şekilde "bir yenilik" olarak hayatımıza girmiştir. Moda, bugün anladığımız anlamda ise kapitalizm sonucunda ortaya çıkmış bir olgudur ve ancak tüketim toplumu içerisinde varlık gösterebilmektedir.

Beden kavramına baktığımızda ise beden artık bir tüketim nesnesi olarak algılanmaktadır. Günümüzde kapitalizm öyle bir noktaya gelmiştir ki artık her şey tüketmek içindir ve bu tüketim unsurları içerisinde beden de oldukça önemli bir yere sahiptir.

Bugün tüketilen şeyler arasında diğer nesnelere daha güzel, daha kıymetli bir nesne vardır. Bu nesne "beden"dir (Baudrillard, 2004, s.163).

Bu çözümlemede de, moda ve beden olgusu üzerinde durularak inceleme nesnesi olarak seçilen Cosmopolitan ve Aysha dergilerinin kapaklarındaki kadın görselleri göstergebilimsel yöntem kullanılarak incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Amaç, moda etrafında şekillenen beden algısını ortaya koyarak, kadının her iki dergide de nasıl temsil edildiğini incelemektir. İnceleme nesnesi olarak iki derginin 2016-2017 yıllarının Sonbahar ve Kış sayılarının kapaklarının seçilmesinin nedeni ise kapaklarında birer reklam unsuru olmasıdır. Çünkü, herhangi bir kitapçı veya mağazaya dergi almak için gittiğimizde alacağımız derginin kapaklarına bakarak çoğu zaman seçim yapıyoruz. Kapaklar bize, derginin içerisinde ne olduğunu ve dergiyi neden almamız gerektiğini ifade eder. Tıpkı herhangi bir mal veya hizmetin reklamını gördüğümüzde neden almamız gerektiğini ifade ettiği gibi. Bu nedenden dolayı kapaklarda birer reklam unsuru olarak değerlendirildiği için inceleme nesnesi olarak seçilmiştir.

1. Moda ve Beden Olgusu

Moda, kapitalizmin geçtiği her yerde bilerek ya da bilmeyerek daima akla gelen bir olgudur. Tüketim kültürünün devamlılığı için hayati önem taşıyan bir olgudur.

Efsanevi moda tasarımcısı Coco Chanel moda için şunları söylemektedir: "moda sadece giysilerde var olan bir şey değildir, moda solduğumuz havadaki şeydir. Bir rüzgardır, geldiğini hissedersin, kokusunu duyarsın. Moda, fikirlerle, yaşam tarzlarıyla, olan bitenlerle, ilgilidir (Alphan, 2008, s.13).

Genel anlamıyla moda, insanların düşünce ve davranış biçimlerini yakından etkileyen olayların bütünüdür. Moda, sosyolojik açıdan bakıldığında (klasik kuramlara göre) toplumun alt katmanlarında yer alan bireylerin, toplumun üst katmanlarında yer alan bireyleri taklit etmeye çalışmalarından kaynaklanan bir olgu olarak tanımlanabilirken, ticari manada ele alındığında, toplumun eğilimlerini ve düşüncelerini doğru saptayabilen insanlar tarafından yaratılarak, topluma empoze edilen bir davranış biçimidir (Gürsoy, 2004, s.67).

İnsanın insan olarak sosyal hayatta varoluş mekanı olan beden, her zaman düşüncenin, araştırmanın ve anlamanın konusu olmuştur. Denilebilir ki aktif benliğin mekanı olan beden üzerine yapılan yorumlar belki de insanlık tarihi kadar eskidir. Öyleki tüm kutsal metinlerde bedenle ilgili yorum, tasvir ve açıklamalar vardır. Felsefi ve ilmi planda konuyla hem doğulu hem de batılı düşünce ve bilim adamlarının ilgilendiği bilinmektedir. Bu ilginin sonucu olarak ise bedeni okumak amaçlı fizyonomi, pathognomi, karakteroloji, personoloji, beden eğitimi, beden sosyolojisi gibi alanlar doğmuştur (Okumuş, 2011, s.45).

Bu alanlar içerisinde konu bağlamında üzerinde durulacak olan beden sosyolojisidir. The Body Society kitabında alanın önemli isimlerinden Turner, beden sosyolojisinin dört temel prensibini şu şekilde ortaya koymaktadır (Eren, 2007, s.6):

"(1) Bedenin doğa ve kültürün kesişme noktası olarak değerlendirilmesi. Burada bedenin biyolojik ve toplumsal yönü kesişmektedir. (2) İç ve dış ayrımına bağlı olarak; nüfusların ve bireylerin

bedensel ayrımı konusunun önem taşıması. Foucaultcu bir analizle bireylerin bedeni nüfusun çıkarları doğrultusunda düzenlenebilmektedir. Toplum, sosyal yeniden üretimi bireylerin özgür iradesine bırakmamakta; bu durum arzu üzerinde otorite kurmak anlamına gelmektedir. (3) Bedenin siyasi müdahalenin merkezinde olması. Burada cinsiyet kimliği ve cinsiyetten hareketle yapılan ayrımlara dikkat çekilmektedir. (4) Beden düzeyindeki sapmalar kadar iç bedenle de ilgilenilmesi”.

Bu dört özellik Turner’ın modern toplumda bedenin dört boyutta ele alınabileceği vurgusuyla denk düşmektedir. Söz konusu dört boyut bedenin zaman ve mekan içinde nasıl ele alınabileceği konusunda yol göstericidir (Eren, 2007, s.7).

2.Türkiye’de Kadın Modası Üzerinden Şekillenen İdeoloji

Beden günümüzde bir nesne olmaktan çıkıp, proje yani tüketim nesnesi halini almıştır. Kendisi bir tüketim nesnesi olmuş beden, tüketim mallarını edinme ve sergilemenin bir toplumsal ayrıcalık olduğu tüketim kültüründe, artık bir haz ve seçkinlik simgesidir. Bu durum, bedenin çağdaş tüketim kültüründe üretimden uzaklaşarak tüketimin nesnesi haline gelmesi ile alakalıdır. Kendisine yüklenen anlam ve değerler sayesinde beden, tüketim için kültürel bir kapital halini almıştır (Nazlı, 2009, s.65).

Moda şemsiyesi çarklarını döndürmede hayati öneme sahip olan bazı pratikler, bedenin bir proje olarak yeniden biçimlenmesinde rol almaktadır. Bunlar yeme içme alışkanlıklarından, estetiğe kadar geniş bir skalada yer almaktadır. Bu temel pratikler, ideal bireyi oluşturan yapı taşlarıdır.

Moda/güzellik endüstrisi ve medya, beden imajı konusunda normları belirleyen ana kaynaklardır. Bu kaynaklar, batılı, beyaz tenli, renkli gözlü, sarışın, genç, ince ve atletik bedeni ideal olarak kitlelere sunmaktadır. Bu ideale ulaşmada ise spor, sağlık, güzellik gibi alanlar, sahip oldukları söylemler aracılığıyla bedenin meşrulaştırdığı ve meşru kullanımının tanımlandığı mücadele alanları olarak karşımıza çıkmaktadır (Demez, 2009, s.23).

Türkiye’de 90’larla beraber moda da yeni bir eğilim daha gözlenmeye başlanmıştır; örtü/başörtüsü kullanan kadınlar, belli kalıplarla ve markalarla kendini ifade eder olmuştur. Bunda Türkiye’de 1980’li yılların ikinci yarısından itibaren yayınlanan islami içerikli gazete ve dergilerin sayısında yaşanan artışın ve 1990’lı yıllarda bu artışa islami içerikli görsel ve işitsel medyanın da eklenmiş olmasının payı büyüktür. 1990’lı yıllarda özellikle islami sermaye olarak adlandırılan yeni sermaye sahiplerinin yazılı ve görsel medya alanına yatırım yapmaları sonucu, Türkiye’de ana akım (Liberal) medya kurumları dışında islamcı medya denilen yeni bir yapılanma da ortaya çıkmıştır (Binark ve Kılıçbay, 2000, s.27). bu yapılanma sayesinde ise, islami kesimin yaşam tarzları ve giyinme biçimleri daha çok ön plana çıkmış ve görünür hale gelmiştir.

Genel olarak örtünme, özel olarak ise başörtüsü, 90’larda islami akımların mücadele simgesi ve bazı islamcılarla, bir takım laik kesim arasındaki çatışmanın başlıca konusu olmuştur. Modayı, “Bir milletin giyinme, davranışlarında, fikirlerinde, ahlakında ortaya attığı kaideleri başka bir millete kabul ettirme, gagesiz bırakma akımı” olarak tanımlayan 90’ların islami söylemine rağmen, islami kesim kendi modasını oluşturmuştur. Hızla artan tesettür giyim mağazalarını, tesettür giyim defileleri ve tesettür giyim sektörleşmesi izlemiştir (Ormanlar, 1999, s.86).

İslam, süslenmede aşırıya kaçmayı, gösterişe girmemeyi, israfa yol açmadan güzel ve şık olmayı örgütlemiştir (Uzak, 2010, s.2). Ancak bugün gelinen noktada giyinme ve tüketim arasındaki ilişki, özellikle siyasal islam açısından, israf, bedenin nesnelleştirilmesi, Batı tarzı yaşam ve değerlerinin islama uygun yaşam biçimlerine dahil olması, kapitalizmin tüketim politikalarının müslüman kadını ve islami yaşam biçimlerini hedef alması, tüketim ideolojisinin islami versiyonunun ortaya çıkması gibi konular nedeniyle sorunlu bir ilişkidir (Binark ve Kılıçbay, 2000, s.15).

Bugün islami kesimin modern tüketim kalıplarını sahiplenme ve kullanmaları sonucu geçirdikleri dönüşümle birlikte tüketim, bu kesimin kendisi dışındaki yaşam tarzlarıyla kurduğu bir iletişim biçimi ve kamusal alana katılım aracı olarak işlev görmektedir. İslami kesimin tüketim kültürü konusunda

yaşadığı değişimlerin kaynağı olarak yükselen eğitim seviyesi, yurtdışındaki yaşamlarla temas, modern hayatın konforuyla tanışma gibi sebepler ileri sürülebilmektedir. İslami kesim sakalından ve başörtüsünden taviz vermeden modern dünyanın kültürüne entegre olma ve bu kültürü tüketme konusunda azimlidir (Özelge, 2008, s.65-67).

İslami bakış açısı, kadının tüketim maddelerinin kullanımında bir cinsel obje olarak lanse edilmesini eleştirmektedir. Buna göre, kadınlar özellikle reklamlarda kullanılarak ve reklamlara konu olarak iki kere körleştirilmektedir. Çünkü kadın, reklam kanalıyla tüketime yönlendirilmekte ve bedeni de tüketimi arttırıcı bir mal olarak pazarlanmaktadır (Demir, 1998, s.68-69).

Tesettür markaları kendi mecralarında reklamlarına yer vermektedirler, bu reklamlarda reklamda kullanılan kadın görseli tesettürlü olsa da tıpkı kapitalist pazarda yer alan diğer yayın organları gibi kadını nesnelleştirmektedir. Söz konusu reklamlarla da tesettürlü kesim kendi modasını yaratmakta ve görünürlüğünü arttırmaktadır.

İslami moda olgusu dünyanın her yerinde karşımıza çıkan bir kavramdır. Son yıllarda tesettür adı altında üretim yapan üreticiler şık ve zarif ürünler ile de tesettüre uygun bir şekilde giyinilebileceğini göstermek için çabalamaktadırlar.

Diğer taraftan islami moda, kurallara uygun örtünmenin "saf" anlamı, kadın bedenini kamusal alandaki "teşhircilikten" ve simgesel tüketimden korumak, mahrem alanı saklı tutmaktır. Bu anlamı ile "örtünme" pratiği, tüketim toplumunun "gösterme" mantığı ile çelişmekte ve karşı bir duruşu simgelemektedir. Ancak, tesettür modasının ortaya çıkmasıyla birlikte bu pratiğin anlamı değişmiş ve moda olgusuyla kurulan yeni ilişki çerçevesinde tesettür, tüketim kültürünün parçası haline gelmiştir (Binark ve Kılıçbay, 2000, s.20).

3.Dergicilik ve Kadın Dergilerinin Özellikleri

Medya, yayın çeşitliliği ile varlık gösteren bir yapıdır. Bu yayın türleri arasında dergilerde oldukça önemli bir yere sahiptir. Yayıncılık açısından duruma baktığımızda dergiler, reklamcılık için oldukça önemli bir yayın organıdır. Bu nedenle de manipüle gücü oldukça fazladır.

Dergiler belli aralıklarla, genellikle haftalık ya da aylık olarak yayınlanan haber, röportaj, magazin ya da sinema, sanat, teknoloji gibi benzer bir takım ilgi alanlarına yer veren basılı yayın araçlarıdır (Sayılğan, 2008, s.216).

Kadınların siyasal ve ekonomik özgürlüklerini elde ederek toplumsal hayatta varlık göstermeye başlamaları 19.yy ile ortaya çıkan bir durumdur. Dolayısıyla kadınların tüketici olarak algılanmaları da bu yüzyıla denk gelmektedir. Kadına yönelik söz konusu bu yeni bakış, basın sektörünü de etkilemiş ve ilk kez 19.yy'da kadın dergileri kendi başına bir tür olarak örneklerini vermeye başlamıştır. Bu dergiler ortaya çıktıkları ilk dönemde, aile yaşamı, ev işleri, giyim, görgü kuralları gibi konularda okuyucularını bilgilendirme işlevini üstlenmiştir (Gönenç, 2006, s.59).

Türkiye'de dergi sektörü dünyadaki örneklerinin tirajlarıyla yarışmasa da, kadın dergilerinin en çok ilgi gören tür olduğunu söylemek mümkündür. Günümüzde Türkiye'de yayınlanan kadın dergilerini savundukları görüşler açısından sınıflandırmak gerekirse dört temel kategori olduğu söylenebilir (Gönenç, 2006, s.70);

- Kadın sorunlarını siyasal bir yaklaşımla ele alan dergiler,
- İslami dergiler,
- Feminist yaklaşımlı dergiler,
- Kadının ekonomik ve toplumsal bağımsızlığını savunan tüketim odaklı dergiler.

Hemen hemen her sayfasında gizli ya da açık bir şekilde reklamların yer aldığı kadın dergileri kadınların tüketim alışkanlıklarını belirlemede etkili kaynaklardır.

4. Roland Barthes ve Göstergebilim

Yaşamımızı anlamlandıran öğeler, bu anlamı oluşturan gruplar tarafından anlaşılır olmasına rağmen her zaman açık ve net bir şekilde anlaşılır olmayabilir. Bunun nedeni anlam oluşturulurken faydalanılan kaynakların birden fazla olguya atıfta bulunması ile belirlenmemesidir. Anlam yalnızca görsel ve işitsel imgelerden ibaret değildir. İfadeler birbirleri için kullanılır ve birden fazla durumu anlatabilir.

Göstergebilim, herhangi bir görselin akla gelen ilk anlamını değil, o görselin yan anlamlarının ortaya çıkmasını sağlar. Göstergebilimin temel konusu göstergelerdir ve bu göstergelerden iletişim kurulmaya çalışılır. Dil, işaretler, logolar, renkler gibi imge, şekil ve görseller göstergebilimsel çözümleme yöntemleri yol göstericidir.

Göstergebilimin tam anlamıyla tanımının yapılabilmesi için üç terimin anlaşılır olması gerekir. Bunlar; gösteren, gösterilen ve gösterge. Bu üç terim farklı kişiler tarafından tanımlanmalarından dolayı ortak bir noktada anlamlandırılmamaktadır. Roland Barthes'e göre ise gösteren, gösterilen ve gösterge şu şekilde tanımlanmaktadır (Barthes,1997,s.38-46);

Gösterge; bir gösteren ile bir gösterilenden kuruludur. Yani, göstergebilimsel göstergenin kendisi bir gösteren ile bir gösterilenden oluşur(sözgelimi, trafik kurallarında bir ışığın rengi bir ulaşım buyruğu niteliği taşır).

Gösterilen; göstergeyi kullananın bundan anladığı şeydir. Gösterilen, göstergenin iki bağlantısal ögesinden biridir. Onu gösterenin karşıtı yapan tek ayırım, gösterenin bir aracı niteliği taşımasıdır.

Gösteren; sesler, nesnelere ve görüntüler gösterenin tözünü oluşturur. Yani, anlamın oluşmasını sağlayan görsel metin, yazılı metin, başlık ve slogandan meydana gelir

İtalyan göstergebilimcisi Umberto Eco, göstergebilimin doğal ve kendiliğinden oluşan iletişim dizgelerinden, karmaşık kültürel dizgelere kadar uzanan bir yelpaze üzerinde yer aldığı tanımını biraz daha sınırlandırarak, "göstergebilim, tüm kültürel olguları iletişim süreçleri sayar ve inceler" tanımlamasını yapmaktadır (Erkman, 1987). Temel olarak iletişim amaçlı bütün araçları, göstergeleri inceleyen, birbirleriyle olan ilişkilerini araştıran, türlerini saptamaya çalışan bilime göstergebilim adı verilmektedir (Erkman, 1987). Göstergebilimin yabancı dil karşılığı olan "semyotik" kelimesi, Yunanca'dan "semeotike" kelimesinden türemiştir. "Semiyoloji" kelimesi ise, Yunanca'daki semeion (gösterge) ve logia (kuram) kelimelerinin birleşiminden türemiş bir kelimedir.

5.Modanın Açısından Dergide Kadının Temsili: Aysha ve Cosmopolitan Dergileri Üzerine Bir Çözümleme

5.1.Çözümlemenin Amacı ve Önemi

Bu çözümlemenin temel amacı; moda etrafında şekillenen beden algısını ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda araştırma mecrası olarak kadın moda dergilerinde beden nasıl nesnelleştirilerek bir proje olarak kullanıldığı ortaya çıkarılacaktır.

Yapılan bu çözümleme, kadın dergilerinin nasıl bir içeriğe sahip olduklarını ortaya koyarak, dergilerin bedeni nasıl temsil ettiğini ve idealize ettiğini göstermek gibi nedenlerden dolayı oldukça önemlidir. Ayrıca muhafazakar kesim modası ile ilgili az sayıda çalışma olduğundan dolayı bu alana katkı sağlayacağı için önem taşımaktadır.

5.2.Çözümlemenin Yöntemi

Yapılmış olan çözümlemede her iki dergide de kullanılan görsellerde kadının nasıl temsil edildiğini ortaya koymak için Roland Barthes'in göstergebilim (semyoloji) kuramından yararlanılmıştır. İnceleme nesnesi olarak seçilen dergi kapakları gösterilen, gösterge ve gösteren olmak üzere bu üç temel

terim esas alınarak incelenmiş ve bunun sonucunda çözümlenmiştir. Çözümlemede esas alınan bu üç terim göstergebilimin tam anlamıyla tanımlanmasında oldukça önemlidir. İnceleme nesnelere çözümlerken de gösterge; varlığı dilde karşılayan dil işaretleri, gösterilen; göstergenin varlığı karşılayan anlam yönü yani soyut yönü, gösteren ise göstergenin somut yönünü ifade etmektedir.

5.3.Çözümlemenin İnceleme Nesnesi

Yapılan çözümlemede moda da iki ayrı uç noktayı temsil eden Cosmopolitan ve Aysha dergileri inceleme nesnesi olarak seçilmiştir. Temel olarak modanın bedenler üzerindeki etkisini ortaya koymaya çalışılmaktadır. Bunun yanında ise iki ayrı uç noktada yer alan üslubu da anlama çabası vardır.

Çözümlemenin inceleme nesnesi olarak Cosmopolitan ve Aysha dergilerinin seçilmesinin nedeni ise bu iki derginin farklı toplumsal gruplar arasında en yüksek tiraja sahip olmasıdır. Diğer bir neden ise bu iki derginin modanın bedeni yeniden idealize etme konusunda iki uç örneğini sergilemesidir. Her iki dergisinde 2016-2017 yıllarından, Sonbahar ve Kış sayılarından toplamda sekiz adet kapak incelenmiştir.

5.4. İnceleme Nesnesi Olarak Cosmopolitan Dergisi ve Özellikleri

Cosmopolitan, 1886 yılında Schlicht & Field şirketi tarafından Amerika'da bir aile dergisi olarak yayımlanmaya başlanmıştır. Genel ilginin ve pazarın daha belirgin konulara ve belli bir kitleyi hedef alan dergilere kaymasıyla 1950'lerle birlikte derginin tirajları düşmüştür. 1965'te ise derginin yayın şirketi değişmiş ve Helen Gurley Brown'ın editör olmasıyla içerik de değiştirilerek, Cosmopolitan bir kadın dergisi haline getirilmiştir. Bugün dünyada 59 ülkede yayımlanan ve ülkemizde de 1992 yılı Nisan ayında yayımlanmaya başlayan Cosmopolitan dergisi halen ülkemizde mevcut aylık kadın dergileri arasında en çok satan dergi olmanın yanı sıra, dünyada da en çok okunan magazin dergisidir.

Cosmo olarak da bilinen bu dergi moda ve güzelliğin yanı sıra ilişkiler, cinsellik, sağlık, ünlüler ve kişisel gelişim üzerine yazılardan oluşmaktadır. Derginin hedef kitlesi kentli, modern, eğitilmiş ve çalışkan kadınlardır. Dergi, kadınların erkekler kadar akıllı ve becerikli olduğunu söyleyerek kendini feminist olarak da tanımlanmaktadır.

Türkiye'de Bir Numara Yayıncılık tarafından yayımlanmaya başlayan Cosmopolitan, bugün Çalık Grubu'na ait Turkuaz Dergi Basım A.Ş. tarafından çıkarılmaktadır. Genel yayın yönetmeni Saint Benoit Lisesi ve İstanbul Üniversitesi Fransız Filolojisi mezunu, İstanbul'da yaşayan kentli, eğitilmiş bir kadın olan Özlem Kotan'dır.

5.5.Çözümleme Nesnesi Olarak Aysha Dergisi ve Özellikleri

2013 Ocak ayında yayın hayatına başlamıştır. Kadının yaşam klavuzu olmayı hedefleyen Aysha Türkiye'nin ilk muhafazakar kadın dergisidir.

Aysha, kadın, yaşam, moda ve birçok alandaki son haberleri, moda trendlerini, stil önerilerini, sağlık, maneviyat, gezi, tarih, kültür-sanat, yemek ve güzellik konularını en güncel şekilde ele alarak okuyucuya aktarmaktadır. Türkiye'nin dört bir yanındaki satış noktaları ile sektörün en önemli moda dergileri ile yan yana olan Aysha; her kadının ulaşabileceği ve kendine dair birçok şeyi bulabileceği bir dergidir.

5.6. Çözümlemenin Bulguları

Şekil 1. Cosmopolitan Dergisi Ekim 2016 sayısı kapak



Kaynak. Cosmopolitan (t.y).“Cosmopolitan Ekim sayısı çıktı”. <http://www.cosmopolitanturkiye.com/kultur-sanat/2016/09/29/cosmopolitan-ekim-sayisi-cikti>. Erişim Tarihi:16.03.2018.

Tablo 1. Cosmopolitan Dergisi Ekim 2016 sayısı kapak çözümlemesi

Yüz	Görsele baktığımızda kadının yüzü hafif yan bir vaziyette okuyucuya dönüktür. Kadın her ne kadar okuyucuya yan ve dikkatli bir şekilde bakıyor olarak gözükse de, aslında burada davetkar bir şekilde okuyucuya bakarak kadındaki cinselliğe, tahrik ediciliğe ve dişiliğine vurgu yapılmak istenmiştir.
Beden	Görsele baktığımızda üst bedeni ve bacak yarısı gözükken bir kadın görseli görmekteyiz. Kadın, ceketinin iki ucundan kendini sarar vaziyette durarak okuyucuda cinsel merak ve kadındaki dişiliği ön plana çıkararak kadını cinsel bir obje olarak okuyucuya sunmaktadır.
Kıyafet	Görseledeki kadının üstünde kırmızı renlerinin ağırlıklı olduğu payet bir ceket vardır. Altında ise yalnızca file bir çorap vardır. Bu iki unsur değerlendirildiğinde; kırmızı renginin cinselliği ve dişiliği temsil ettiği ve file çorabın ise yine dişiliği temsil ettiğini görmekteyiz. Böylelikle kadının giyinmiş olduğu payet kırmızı ceket ve file çorap ile kadın cinsel bir meta olarak temsil edilmiş ve seksiliği ön planda tutulmak istenmiştir.
Çekim Açısı	Görsele, göz hizasından fotoğraflanmıştır. Böylelikle kadının tüm bedenine dikkat çekilmek istenmiştir.
Yazılı Metinler	Dergi içeriği ile ilgili başlıklar yer almaktadır. Öne çıkanlar ise seksilik ve tahrik ediciliktir.

Şekil 2. Cosmopolitan Dergisi Kasım 2017 sayısı kapak



Kaynak. Cosmopolitan(t.y).“Cosmopolitan/Kasım2017”.<https://dmags.net/yayinlar/cosmopolitan/kasim-2017/8450>. Erişim Tarihi: 16.03.2018.

Tablo 2.Cosmopolitan Kasım 2017 sayısı kapak çözümlemesi

Yüz	Görseldeki kadının ağzının hafif açık olması ve doğrudan okuyucuya bakar vaziyette olması kadındaki dişiliği ve cinsellik unsurunu ön plana çıkarmaktadır.
Beden	Bacak ve üst bedeni gözükken bir kadın görseli görmekteyiz. Kadının bir elinin yukarıya doğru başında duruşu ve bedeninin yan durması ile okuyucuda kadının davetkar bir şekilde durduğu algısı uyandırılmak istenmiştir. Böylelikle kadındaki cinsellik ve tahrir edici unsur ön plana çıkmaktadır.
Kıyafet	Görseldeki kadın derin göğüs dekoltesi mayo benzeri bir kıyafet giyinmiştir. Burada derin göğüs dekoltesi ve bacağına yan vaziyette kıvrımlı bir duruş ile gözükmüş olması ile kadındaki cinsellik unsuru vurgulanarak, kadın cinsel bir obje olarak temsil edilmiştir.
Çekim Açısı	Görsel, göz hizasından fotoğraflanmıştır. Böylelikle kadının tüm bedenine dikkat çekilmek istenmiştir.
Yazılı Metinler	Dergi içeriği ile ilgili başlıklar yer almaktadır. Öne çıkanlar ise moda, aşk ve makyajdır.

Şekil 3. Cosmopolitan Aralık 2016 sayısı kapak

Kaynak. Cosmopolitan (t.y).”Cosmopolitan/Aralık 2016”.<https://dmags.net/yayinlar/cosmopolitan/aralik-2016/6894>. Erişim Tarihi:16.03.2018.

Tablo 3.Cosmopolitan Aralık 2016 sayısı kapak çözümlemesi

Yüz	Ağız	Ağzının hafif açık olması ve doğrudan okuyucuya bakar vaziyette olması kadındaki dişiliği ve cinsel tahrir edicilik unsurunu ön plana çıkarmaktadır.
	Makyaj	Her ne kadar sade bir makyaj gibi gözükse de elmacık kemiklerinin belirginleştirilmesi, gözlerini ortaya çıkaracak göz makyajının olması Cosmo kadınının pürüzsüz güzel bir cilde sahip olup aynı zamanda ise kusursuz bir güzelliğe sahip olan kadının ideal kadın olduğunu okuyucuya aktarmıştır.
Beden	Bacak ve üst bedeni gözükken, dolgun göğüslere sahip bir kadın görseli görmekteyiz. Kadının bir elinin saçında duruşu ve dolgun göğüslerinin ön planda olması ile kadındaki cinsel haz, dişilik ve cinsel tahrir edicilik unsurları ön plana çıkmıştır.	
Kıyafet	Görseldeki kadın derin göğüs dekoltesi, siyah, transparan bir elbise giyinmiştir. Transparan ve derin göğüs dekoltesi ile kadındaki cinsellik vurgulanarak, kadın cinsel bir meta olarak temsil edilmiştir.	
Çekim Açısı	Görsel, göz hizasından fotoğraflanmıştır. Böylelikle kadının tüm bedenine dikkat çekilmek istenmiştir.	
Yazılı Metinler	Dergi içeriği ile ilgili başlıklar yer almaktadır. Öne çıkanlar ise seks, güzellik ve bakımdır.	

Şekil 4. Cosmopolitan Aralık 2017 sayısı kapak



Kaynak. Cosmopolitan (t.y).”Cosmopolitan/Aralık 2017”.<https://dmags.net/yayinlar/cosmopolitan/aralik-2017/8578>. Erişim Tarihi:16.03.2018.

Tablo 4.Cosmopolitan Aralık 2017 sayısı kapak çözümlemesi

Yüz	Görselde doğrudan okuyucuya bakan, sade ve natural makyajlı bir kadın görmekteyiz. Kadının yüzünde sade bir makyajın olması ideal Cosmo kadınının natural, saf ve sade bir güzelliğe sahip olarak da seksi olabileceğini okuyucuya aktarılmak istenmiştir.
Beden	Bacağın yarısından üst bedeni gözükken bir kadın görseli görmekteyiz. Kadın iki eli ile birlikte pantolonunun belini tutarak aşağı doğru çekmiştir ve karın bölgesinin alt kısmındaki dövmenin tamamı gözükme de belli miktarı gözükmemektedir. Pantolonu iki eli ile birlikte bel kısmından aşağı doğru tutması kadının seksiliğini ön plana çıkararak, cinsel bir meta olarak okuyucuya yansıtmıştır.
Kıyafet	Görselde, üzerinde pudra renk kürk ve altında pudra renk pantolon olan bir kadın görmekteyiz. Kıyafetteki unsurları göz önüne aldığımızda il göze çarpan unsur kürktür. Kürk, lüksü temsil etmektedir. Kıyafetin pudra renk olması her ne kadar saflığı ve kadının masumiyetini temsil etmeye çalışsa da karın bölgesindeki dekolte ile kürkün içerisinde muhtemelen hiçbir şeyin olmayışı kadının dişliliğini ön plana çıkararak, okuyucu da tahrik ediciliği ve cinselliği uyandırmaktadır.
Çekim Açısı	Görsel, göz hizasından fotoğraflanmıştır. Böylelikle kadının tüm bedenine dikkat çekilmek istenmiştir.
Yazılı Metinler	Dergi içeriği ile ilgili başlıklar yer almaktadır. Öne çıkanlar ise cinsellik ve modadır.

Şekil 5. Aysha Ekim 2017 sayısı kapak



Kaynak. Aysha (t.y).”Aysha Dergi Ekim Sayısında Bu Ay”.<http://www.aysha.com.tr/aysha-dergi-ekim-sayisinKda-bu-ay/365151/>. Erişim Tarihi:16.03.2018.

Tablo 5.Aysha Ekim 2017 sayısı kapak çözümlemesi

Yüz	Görseldeki kadın doğrudan okuyucuya bakar vaziyettedir. Baş tesettüre uygun kapanmamakla birlikte yüzüne baktığımızda dikkat çeken şey boyun bölgesinin gözükmemesidir. Görseldeki bu kısmı incelediğimizde ise tesettüre uygun olmayan bir örtünme şeklini ve modern tesettürlü kadının bir nevi modaya uygun olarak örtünen kadın olarak temsil edilmesini görmekteyiz.	
Kıyafet	Aksesuar	Kıyafet olarak ise slopet benzeri bir kıyafet görmekteyiz. Tesettürlü giyim için pek alışlagelmiş bir kıyafet olmasa da burada yine şapka olarak aksesuar kullanıldığı gibi tesettürlü kadının da moda uygun bir şekilde slopet giyinebileceğini okuyucuya aktarmaktadır. Tesettür burada okuyucuya örtünme amaçlı temsil edilmemiş daha çok moda çerçevesi içerisinde okuyucuya aktarılmıştır.
		Aksesuar olarak şapka kullanılmıştır. Aksesuar olarak şapka kullanılması ile tesettürün şapka ile bulunduğu göstererek tesettürün muhafazakar bir olgudan çıkıp moda ile birleştirmiş ve okuyucuya tesettürlü kadının bu şekilde de giyinebileceğini ve tesettürü moda ile bir arada tutabilmenin mümkün olduğunu okuyucuya ifade etmektedir.
Beden	Görseldeki kadının bacak yarısından üst bedeni gözükmektedir. Kadın bir eli ile şapkasını tutarak doğrudan okuyucuya bakmaktadır. Şapkasını bir eli ile tutması ve doğrudan okuyucuya bakıyor oluşu kadını özgüvenli ve maskülen bir kadın olarak okuyucuya yansıtmıştır.	
Çekim Açısı	Kadın bacak yarısından üst bedeni gözükecek şekilde fotoğraflanmıştır. Böylelikle kadının kıyafetine, duruşuna ve aksesuarlarına genel anlamda dikkat çekilmeye çalışılmıştır. Ayrıca görsel dış mekanda fotoğraflanarak modern tesettürlü kadının dışarda da bu şekilde giyinebileceği okuyucuya aktarılmak istenmiştir.	
Yazılı Metinler	Dergi içeriği ile ilgili başlıklar yer almaktadır. Öne çıkanlar ise Sonbahar parçaları ve modadır.	

Şekil 6. Aysha Kasım 2016 sayısı kapak

Kaynak. Aysha (t.y). "Aysha Kasım Sayısı Bayilerde". <http://www.aysha.com.tr/haber-aysha-kasim-sayisi-bayilerde/345952/>. Erişim Tarihi:16.03.2018.

Tablo 6.Aysha Kasım 2016 sayısı kapak çözümlemesi

Yüz	Görselde gözleri renkli olan kadın direkt okuyucuya bakmakta ve yüzündeki makyaj ve kirpiklerinin dolgunluğu ile bakımlı bir kadını temsil etmektedir. Tesettür dergisi olmasına rağmen kadının dikkat çekiciliği ve güzelliği ön plandadır.
Kıyafet	Görselde tesettüre uygun şekilde başı ve boyun bölgesi tamamen kapalı, üzerinde omuzlarında deri ceket olan ve içinde olabildiğince maskülen bir takım elbise giyinmiş bir kadın görmekteyiz. Kadının omuzlarındaki ceket ve doğrudan elleri bağlı bir vaziyette okuyucuya bakması kendisine olan güvenini ve emin duruşunu okuyucuya göstermektedir. Ayrıca kıyafet olarak takım elbise giyinmiş olması, kadındaki cinselliği örtmüş ve kadını daha çok maskülen bir hava içerisinde erkeksi olarak temsil etmiştir. Tüm bu unsurları göz önüne aldığımızda ise kadın burada cinsel bir unsur dışında temsil edilmemiş, yalnızca maskülenliği ile gösterilmek istenmiştir. Yani tesettürlü kadının da moda denilen olgunun ışığında diğer kadınlar gibi farklı tarzları giyinebileceğini göstermektedir.
Çekim Açısı	Kadın bacak yarısından üst bedeni gözükecek şekilde fotoğraflanmıştır. Böylelikle kadının kıyafetine ve duruşuna genel anlamda dikkat çekilmeye çalışılmıştır.
Yazılı Metinler	Dergi içeriği ile ilgili başlıklar yer almaktadır. Öne çıkanlar ise moda, stil önerileridir.

Şekil 7. Aysha Aralık 2016 sayısı kapak



Kaynak. Aysha (t.y). "Aysha Aralık Sayısı Bayilerde". <http://www.aysha.com.tr/haber-aysha-aralik-sayisi-bayilerde/346195/>. Erişim Tarihi:16.03.2018.

Tablo 7. Aysha Aralık 2016 sayısı kapak çözümlemesi

Yüz	Ağız	Ağzının hafif açık olması ve doğrudan okuyucuya bakar vaziyette olması kadındaki dişliliği ve cinsel tahrik edicilik unsurunu ön plana çıkarmaktadır.
	Makyaj	Dolgun dudaklara sahip kadın, gözündeki yoğun ve dikkat çekici makyaj ile gözlerine dikkat çekilerek doğrudan okuyucuya bakmaktadır. Bu unsurlar değerlendirildiğinde, kadının dolgun dudaklara sahip olması cinselliğini ve dişliliğini ön plana çıkararak aynı zamanda güzellik olgusuna da vurgu yapmıştır.
Kıyafet	Kadının başının rengarenk bir kürk ile örtülü olması en başta lükse ve abartıya vurgu yaparak muhafazakar tesettürlü orta tabakadan ayrılarak en üst tabakadaki bakımlı, lüks tüketim sahibi tesettürlü okuyucuya seslenmiştir. İslami açıdan bunu değerlendirdiğimizde ise lüks ve tesettürü birbiriyle harmanlayarak okuyucuya sunmuştur. Genel anlamda değerlendirdiğimizde, tesettür giyimin lüks pahalı, dikkat çekici şeylerden ibaret olduğunu ifade etmektedir.	
Çekim Açısı	Görsel yalnızca kafa bölgesi gözükecek şekilde fotoğraflanmıştır. Böylelikle kadının kafasında yer alan kürk aksesuara doğrudan dikkat çekilmek istenmiştir.	
Yazılı Metinler	Dergi içeriği ile ilgili başlıklar yer almaktadır. Öne çıkanlar ise moda ve güzelliktir.	

Şekil 8. Aysha Aralık 2017 sayısı kapak



Kaynak. Aysha (t.y). "Aysha Aralık 2017". <http://www.dergilik.com/aysha-dergi/aralik-2017>. Erişim Tarihi:16.03.2018.

Tablo 8. Aysha Aralık 2017 sayısı kapak çözümlemesi

Yüz	Görseldeki kadın doğrudan okuyucuya bakar vaziyettedir. Yüzünde hafif bir makyaj olmasına karşın gözlerini ön plana çıkaracak bir göz makyajı yapmıştır. Burada dikkat çeken unsur ise başının yarı açık vaziyette ve boyun kısmının tamamen açık bir şekilde gözükerek tesettüre uygun olmayan bir şekilde örtünmüş olmasıdır.	
Beden	Görseldeki kadının yalnızca üst bedeni gözükmetedir. İki eli ile bedenini kavrayan şekilde duran kadının masumiyeti ifade edilmeye çalışılmıştır.	
Kıyafet	Aksesuar	Görseldeki kadında aksesuar olarak inci sıralı kolye kullanılmıştır. İnci kolye pahalı ve lüksü temsil etmektedir. Dini açıdan değerlendirdiğimizde muhafazakar kadın dergisi olmasına rağmen görseldeki kadında aksesuar olarak inci kolye kullanılması okuyucuda modern muhafazakar kadının lüks ve şık bir giyime sahip olduğu algısı yaratılmaya çalışılmıştır. Bu da tesettür ve muhafazakar ifadeleri ile örtüşmemektedir. Çünkü tesettür içerisindeki kadın olabildiğince mütevazı giyinen, dikkat çekmeyen ve lüks algısı olmayandır.
	Kıyafet	görseldeki kadının üstünde bebe mavisı yakası kürklü bir palto vardır. Muhafazakar kadın dergisi olmasına rağmen paltosundaki kürk detayı üst sınıftaki okuyucuya seslendiğini göstermektedir. Ayrıca dini ve islami boyutta değerlendirdiğimizde göze ilk çarpan kadının başının tesettüre uygun olmayan bir şekilde örtülmesidir.
Çekim Açısı	Kadın dış ortamda, göz hizasında fotoğraflanmıştır. Dış ortamda fotoğraflanması ile modern tesettürlü kadının dışarda da bu şekilde giyinebileceği okuyucuya aktarılmak istenmiş ve kadının göz hizasında fotoğraflanması ise üzerinde bulunan kıyafet ve tüm aksesuarlara geniş açıdan vurgu yapılarak bedeninin duruşu ifade edilmeye çalışılmıştır.	
Yazılı Metinler	Dergi içeriği ile ilgili başlıklar yer almaktadır. Öne çıkanlar ise kaliteli ve zarif giyimdir.	

Sonuç

Ülkemizde ve dünyada yazılı basında reklam adı altında dergi kapaklarında, yazılı ve görsel metin olarak birçok reklam içeriğinde kadına sıkça yer verilmektedir. Kadının, toplumsal, kültürel, ideolojik ve cinsel olarak yazılı basında yer alışı biçimi kadın dergilerinde sıkça karşımıza çıkmaktadır. Yazılı basında kadın hem bir tüketici olarak hem de tüketim nesnesi yani objesi olarak kullanılmaktadır.

Dergilerde oldukça sık rastlanan cinsel unsurlarından biri de kapaklarındaki kadın görselleridir. Kadının burada daha çok cinsel bir obje ve tüketim nesnesi haline getirilerek dikkat çekici bir unsur olarak kullanılmaktadır.

Yapılmış olan bu çözümlemede ise dergilerdeki kadın temsil şekilleri incelenerek ele alınmıştır. Bu bağlamda ise iki farklı uç noktada yer alan ancak incelenerek bakıldığında aynı noktada birleşen Cosmopolitan ve Aysha dergileri inceleme nesnesi olarak seçilmiştir. Her iki derginin de 2016 ve 2017 yıllarının Sonbahar ve Kış sayılarından oluşan kapakları incelenmiştir. Cosmopolitan'ın Sonbahar ve Kış aylarının dört sayısı, Aysha'nın ise Sonbahar ve Kış aylarının dört sayısı incelenmiştir. Her iki dergininde toplamda sekiz sayısı seçilerek göstergebilimsel analize dayanarak çözümlenmiştir. Yapılan çözümleme sonucunda ise incelenen Cosmopolitan dergisinin dört sayısının kapağında da kadın cinsel bir obje olarak temsil edilmiştir. Cosmopolitan dergisinin hedef kitlesi her ne kadar bakımlı, seksi kadınlar olsa da dergide kadının temsil edilme biçimi doğru değildir. Çünkü burada kadın cinsel bir unsur olarak tıpkı satın alınacak bir tüketim nesnesi gibi pazarlanmış ve temsil edilmiştir. Bu da kadının bedensel özelliklerinin dışındaki tüm özelliklerinin görmezden gelinip, kadın denilince ilk akla gelen şeylerin yalnızca cinsellik, seksilik gibi bedensel unsurlar olduğunu bize göstermektedir. İncelenen dergi kapaklarından elde edilen bulgular okuyucuya modern kadını, bakımlı, güzel, fit ve estetik bir vücuda sahip olan kadın olarak tanımlamaktadır.

İnceleme nesnesi olarak diğer bir dergi olan Aysha'ya baktığımızda ise hedef kitlesi muhafazakâr kadınlardan oluşan bir dergidir. Ancak hedef kitlesi her ne kadar muhafazakâr kadınlar olsa da kapaklarına baktığımızda bu durum tam tersidir. Çünkü incelenen kapaklar doğrultusunda elde edilen bulgular tesettürlü kadının bakımlı, modaya ayak uydurduğuyunu ile ön planda olan kadın olarak göstermektedir. Burada elde edilen bulgular doğrultusunda özellikle dikkat çeken unsurlar ise tesettür giyimini islami unsurların değil de modanın şekillendiriyor olmasıdır. Ayrıca görsellerdeki kadınların tesettüre uygun olmayan şekilde makyajlı olması, özellikle bazı görsellerde cinselliğe vurgu yapacak

şekilde kırmızı ruj unsurunun kullanılmış olması kadının dişiliğini ön plana çıkartarak cinsel bir unsur olarak göstermiştir.

Oysaki tesettürlü olmanın temel mantığı “kadının kendisini başkalarından gizleme ve saklaması”dır. Ancak incelenen dergi kapaklarındaki kadın dini ve islami açıdan bunun tam tersi niteliğinde, dişiliği ve cinselliği ön plana çıkarılmış, oldukça göz önünde olan bir tüketim nesnesi halini almıştır.

Her iki dergide de kadın, fit, güzel, modayı takip eden ve modern bir unsur olarak temsil edilmektedir. Genel olarak ise dergilerin incelenen kapakları doğrultusunda elde edilen bulgulara baktığımızda kadın özellikle cinselliği ve dişiliği ön planda olan bir unsur olarak gösterilmiş ve tüketim nesnesi halini almıştır.

Kaynakça

- Alphan, M. (2008). “Moda Moda” Dedikleri. Ankara: Ayraç Kitapevi.
- Barbarosoğlu, F. (2009). Moda ve Zihniyet. İstanbul: İz Yayıncılık.
- Baudrillard, J. (2004). Tüketim Toplumu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Barthes, R. (1997). Göstergibilimsel Serüven (3.Baskı). (Rifat, M.ve Rifat, S. Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Binark, M. ve Kılıçbay, B. (2000). Tüketim Toplumu Bağlamında Türkiye’de Örtünme Pratiği ve Moda İlişkisi. Ankara: Konrad Adenaver Vakfı.
- Demez, G. (2009). Sınıfsal ve Bireysel Kimlik Oluşumunda Beden Sorunu: Habitus, Toplum-Bilim Dergisi: Beden Sosyolojisi Özel Sayısı. (24), 17-25.
- Demir, H. (1998). İslamcı Kadının Aynadaki Sureti. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Eren, G. (2007). Reklamlarda Tüketim Kültürü Değerlerine Göre Bedeni Düzenleyen Söylemler. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Erkman, F. (1987). Göstergibilime Giriş. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Gönenç, Yapar, A. (2006). Türkiye’de ve Fransa’da Dergicilik ve Kadın Dergileri. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Gürsoy, T. (2004). Düünden Bugüne Giyim Kültürü ve Moda. İstanbul: Mithat Selection Yayınları.
- Nazlı, A. (2009). Sosyolojik Bakışın Eşiğindeki Beden, Toplumbilim Dergisi Beden Sosyolojisi Özel Sayısı. (24). İstanbul.
- Okumuş, E. (2011). Bedene Müdahalenin Sosyolojisi. Beden Sosyolojisi, İstanbul: Açılım Kitap.
- Ormanlar, Ç. (1999). 75 Yılda Değişen Yaşam Değişen İnsan: Cumhuriyet Modaları. İstanbul: Türkiye Tarih Vakfı Yayınları.
- Özelge, G. (2008). İslam ve Kapitalizm İlişkisi: Türkiye’de 1980 Sonrası Tüketim Kültürü ve Tesettür Modası. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Sayılgan, Ş. (2008). Küreselleşme Sürecinde Türkiye’de Yabancı Sermayenin Modaya Girişi. İstanbul: Beta Yayınları.
- Uzak, M. (2010). Kur’an ve Sünnete Göre İnsan Bedenine Yönelik Estetik Amaçlı Müdahaleler. Şanlıurfa: Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Cosmopolitan. (2017), <http://www.cosmopolitanturkiye.com/> ,Erişim Tarihi:16.03.2018
- Aysha. (2017), <https://www.aysha.com.tr/> , Erişim Tarihi:16.03.2018.
- Dergilik. (2016), “Cosmopolitan ve Aysha 2016 yılı dergi kapakları”, <http://www.dergilik.com/> , Erişim Tarihi:16.03.2018
- dMags. (2016), <https://dmags.net/> , Erişim Tarihi:16.03.2016.