

GÜZELLİĞİN POLİTİKASI KİTABI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Tuğba HARBUTOĞLU¹

ÖZ

Her devirde var olan kimi zaman iyi ve hoş olanın tarifi kimi zamanda maddi bir şekillin tasviri bir sıfat güzellik. Çağlar boyu insanlar arasında tartışma konusu olmuş üzerine birçok filozof tarafından konuşulmuş bir kavram. Şüphesiz güzel denilince akla ilk gelen varlıklardan biri de kadınlardır. Kadınlar yüzyıllar boyu ya bu sıfatın taşıyıcıları ya da taşımak için çeşitli yollara başvurmuşlardır. Bu yolların başında da süslenmek, boyanmak ve zamanla değişen adları ile bahsettiğimiz iki kavramın günümüzdeki karşılığı makyaj ve kozmetik olmuştur. Ancak güzelleşmek neden kadınlar yapması gereken bir uğraş olarak görülmelidir? Merve Genç tarafından kaleme alınan “Güzelliğin Politikası YouTube Güzellik Topluluğu” adlı kitap bu soru eşliğinde toplumda kadın algısına yüklenen anlamlardan biri olan güzellik unsurunu ele almaktadır. Feminizmin kadının kendisini tanımlamada yarattığı etkiden hareketle günümüze kadar gelen etkisinin sonuçlarının incelendiği çalışmada, yeni medya teknolojilerinin ürünlerinden olan YouTube’da oluşan topluluğun varoluş aşamaları incelenmiştir. Bu çalışmanın amacı da “Güzelliğin Politikası YouTube Güzellik Topluluğu” kitabına dair bir değerlendirme sunmaktır.

Anahtar Kelimeler: Güzellik, YouTube, Feminizm, Kadın, Politika

Güzelliğin Politikası YouTube Güzellik Topluluğu, MERVE GENÇ, İletişim Yayınları 2953 • Araştırma-İnceleme Dizisi 480 ISBN-13: 978-975-05-3007-4 © 2020 İletişim Yayıncılık A.Ş. / 1. BASIM 1. Baskı 2020, İstanbul, 144 sayfa

Merve Genç tarafından kaleme alınan ve doktora tezi olarak ele alınan kitap, İletişim Yayınları tarafından yayınlanmıştır. Bir video paylaşım uygulaması olan YouTube’da yer alan “güzellik temalı” video paylaşımları yapan “influencerlar” üzerine yapılmış bir çalışma olan kitap, influencerların hesapları incelenerek kaleme alınmıştır. İsmine odaklanıldığında güzellik üzerine üretilen teoriler ve gün geçtikçe değişen güzellik algısına değinilmesi beklenen kitap, bunun aksine güzelliğin tematik olarak toplumlarda var olan etkisini Feminizmin tarihsel bağlamında ele almaktadır. 19 ve 20. yüzyıllarda feministler birinci dalga feminizmin etkisinde öncelikli olarak kadın hakları üzerinde durdular. Bu kapsamda savundukları konular arasında

¹Trabzon Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi
 harputtuba@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3775-168X

Gönderim Tarihi/Received: 21 Kasım 2022 **Kabul Tarihi/Accepted:** 9 Aralık 2022 DOI: 10.53495/e-kiad.1208002

kadınların oy hakkı ve dönemin bir kadın sembolü haline gelen korselere karşı çıktılar. 1960 ve 70’li yıllara gelindiğinde ikinci dalga feministleri tek tip kadın algısı ile çirkinlik ve cinsiyet karşıtı hareketlerin savunucuları oldular. Gelişen bu süreç içerisinde kadınlar ciddiye alınmak ve güzel bir yüz, bedenden fazlası oluklarının ispatı için uğraşmışlardır (Genç, 2020, s. 30- 31). Güzellik kavramını kadınlar üzerine yığılan bir mana olarak gören yazar, bu algıyla birlikte oluşan ve kadınlara mal edilen makyaj olgusunu kitapta YouTuber’ların düşünceleri eşliğinde sunmaya çalışılmıştır. YouTube güzellik topluluğu denildiğinde akla güzellik konseptli içerik üreten infuencerlar ve bu kişileri takip eden aboneleri anlamamız gerektiğini belirten yazar; büyük bir kesimi kadınlardan oluşan ve güzellik teması ile yayın yapan kanalların 2015 yılı Pixability verilerine göre 182.000’i aştığını ve her ay bu platformdan 1,8 milyonu aşkın güzellik içerikli video izlendiği vurgulamaktadır (Genç, 2020, s. 61).

Güzel Olan Politikdir, Üçüncü Dalga: Güçlenmem mi Bireyselleşme mi? YouTube Güzellik Topluluğu başlıkları ile üç bölümden oluşan kitap Feminizmin ortaya çıkışı ve sonrasında ortaya çıkan Feminizm dalgaları ile güzellik ve kadın algısı üzerinden toplumsal cinsiyetçiliğin yol açtığı kadın rolüne ve bu rolün bir parçası haline gelen güzellik algısında yaşanan kırılmanın boyutlarına ayna tutmaya çalışmıştır. *“Her dönemin idealize ettiği bir güzellik tanımı vardır ve bunu ezeli ve ebedi olarak sabitmişçesine sunar. Güzelliğin kadınlarla ilişkilendirilmesi, bu konunun feminizmin önemli bir tartışma odağı haline gelmesine sebep olmuştur: Kadınların ikincilleştirilmesinde, kadınlık normlarının işletilmesinde güzellik nasıl bir yerde durmaktadır?”* soruları ile ele aldığı kitap kapsamında yazar çalışmasının büyük bir kısmında Feminizmin gelişen tarihsel sürecinden bahsederek güzellik kavramından daha ziyade kadının toplumdaki yeri ve ona yüklenen anlamları incelediği görülmektedir. Bu kısmı okuduğunuzda çalışmanın konusundan bir miktar farklı bir alanda kendinizi bulmanız mümkündür. Feminizmin yoğun teması altında kitabın asıl konusunun ne olduğunu zaman zaman kaçılabilmektedir. Güzelliğin çeşitli tanımlamalarına rastladığımız giriş bölümünde güzelliği açıklayan çoğu tanımın da feminist yaklaşımlara daha tarafgir olan açıklamalara yer verilmiştir. *“Güzellik, kadının küçüklüğünden itibaren, engellenmez biçimde, kadına ya atfedilecek ya da ondan esirgenecektir. Eğer güzelliğe sahip değilse onu elde etmeyi umabilir; eğer, sahipse kesinlikle kaybedecektir.”*. Egemen bir Feminist alt okumasına sahip olan kitap bilimsel bir çalışmadan uyarlandığı için daha tarafsız bir söyleme sahip olması gerekliliğini her bölümde hatırlatıyor. Burada yazarın alıntılarının daha çok bu alıntılar üzerine yaptığı yorumdaki söylemin okuru rahatsız edecek şekilde dayattığı ideolojik dili kastetmekteyim.

Kitabın “Güzel Olan Politiktir” bölümünde güzellikle ilgili yapılan çeşitli tanımlamalar ve çeşitli ulusların güzellik kıstaslarında var olan makyaj ve güzellik faaliyetleri hakkında bilgilendirmeler yer verilmektedir. Güzelliğin değişken öznel algısının bizlere unutturularak daha nesnel ve sabit olarak sunan tarihsel süreçlerde, güzellik tartışmalarının felsefe ile temellendirildiğini görmekteyiz. Bu doğrultuda güzellik çağlar boyunca estetik olgusu ile birlikte değerlendirilmiş ve estetiğe güzellik bilimi denilmiştir. Kimilerine göre güzel olanın iyi olana eş tutulduğu, kimilerine göre de ahlaktan ayrı tutulamayacağı belirtilen “güzellik” kavramı modern toplumlara geldiğinde daha bedensel ve maddesel bir hal almaktadır (Genç, 2020, s. 17-19). Güzellik kavramının politik bir unsur olarak yer aldığı çalışmada, çeşitli dönemlerde güzelliğin uluslar nezdinde ne ifade ettiği değerlendirilse de bahsi geçmeyen ulusların güzellik unsuruna bakışının ne olduğu sorusu kitapta yanıt bulamamaktadır. Kozmetiğin temellerinin atıldığı Mısır’da güzellik sağlıklı eş görülürken, Çin’de kullanılan kozmetik ürünleri (tırnak boyama) sosyal sınıflandırmaya işaret etmekteydi. Haçlı Seferleri ile kozmetik ve özellikle parfüm sektörünün Avrupa’ya kaydığı görülmektedir. Ancak geçmiş yüzyıllar genel bir bakış açısı ile yorumlandığında boya kullanmak gerek kadın gerekse erkek için güzelleşmenin yanında daha çok statü ve gençlik göstergesi olarak kullanılmaktadır (Genç, 2020, s. 24). Bölüm içeriği güzellik unsurunun tarihi süreçte nasıl endüstriyel bir faaliyet haline geldiğini anlatan kısımlarla devam etmektedir. Kozmetik sektörünün gelişiminin İkinci Dünya Savaşı sonrasına tekabül etmesi ve ardından Hollywood sineması ile dönemin en etkin kitle iletişim aracı sayesinde makyaj furçasının kitleleri etkisi altına alındığı hakkında bilgilere kısaca değinilmiştir. Amerika ve Avrupa’da bale ve tiyatro yıldızlarının akım haline getirdiği makyaj sinemanın yaygınlaşması ile hızla ilerlemeye devam etmiştir bu dönemde sinema tarihinin vampir kadını olarak bilinen Bara aynı zamanda Hollywood’un makyaj tanrıçasıdır. Serbest piyasa ekonomisinin Soğuk Savaş sonrası yayılcı politikası ile kozmetik sektörü Amerika ve Avrupa tekelinden çıkarak zamanla Asya ülkelerini de etkisi altına almıştır (Genç, 2020, s. 25-26). Makyajın bir güzellik sembolü olmasından başka nerelerde ve hangi amaçla kullanıldığına ilişkin değerlendirilmelerden sonra bölüm, feminist politika ve beden üzerinden neredeyse tüm kitap boyunca irdelenen toplumda kadın algısı, kadına yüklenen rol gibi konuları işlemektedir. Redfern ve Aune’nın ifadeleri ile kadın birer savaş alanıdır. Onlara göre kadınların bedenleri hakkında ne hissetmeleri gerektiği ve bedenleri ile ne yapmaları gerektiğini belirler. 19 ve 20. yüzyıllarda feminizm kadınlara verilmeyen vatandaşlık hakları konusunda savaşıırken, Beauvoir öncülüğünde tekrar atağa geçen ikinci dalga feminizm cinsellik ve beden odaklı hareketlerin öncüsü olmuştur (Genç, 2020, s. 32).

Başlıktan anlaşılacağı üzere ikinci bölüm “Üçüncü Dalga: Güçlenme mi Bireyselleşme mi?” sorusunun cevaplarına yer verildiği ve Feminizmin üçüncü dalga tarihçesini inceleyen bir kısımdır. 1970’lerde kadınların sütyen yakma eylemlerinden başlayarak kadınların moda, kozmetik gibi sahalara başkaldırıların anlatıldığı bu bölümde Susan Bordo, S. Bartky’den N. Wolf, J. Baumgardner, Amelia Richards’a kadar birçok ünlü feministin düşüncelerine yer verilen pasajları bulunmaktadır. Feminizmin tarihsel seyrinde yaşadığı değişim ve dönüşüm eş zamanlı olarak değişen kadın olgusunu ikinci bölüm içerisinde ele alındığını görmekteyiz. Feminizmin üçüncü dalgası iktidar odaklarının anlamlandırılması, çözümlemesi ve toplumsal cinsiyetin ahlak ve inanç pratiklerinden ne şekilde etkilendiğini irdeleyerek buna karşı direnç geliştiren bir yapıya sahiptir. Kısacası üçüncü dalga feminizm tüm baskı ve sömürü odaklarına karşı bir başkaldırı haline gelmiştir (Genç, 2020, s. 39). Ancak bu başkaldırı ataerkil toplumlarda kadınları temsil ediliş biçimi ile feminizmin kadınları temsil biçimine yönelik bir eleştiri olan kız gücü akımı tüketim kültürünün tuzağına düşmeye çok müsait bir alan yaratmaktadır. Aşırı bireysellik ve güçlenmeyi satın alma davranışı ile bütünleştirmesinden dolayı kız gücü akımı meta haline gelen kadın ve tüketim alışkanlıklarında yaşanan hızlı değişim ile kapitalizm karşısında savunmasız sayılmaktadır. Bununla birlikte iletişim teknolojilerindeki gelişmeler popüler kültüründe yardımıyla kadın dayanışmasının kitlelere daha çabuk yayılmasını sağlamaktadır (Genç, 2020, s. 46). Bunun yanı sıra bölüm popüler kültür öğelerinden yararlanan kadınların haklarını aradıkları ve kendilerine dayatılan kimliklere başkaldırdıkları yeni mecralar çalışmanın konusu olarak ele alınmaktadır. Üçüncü dalga feminizmi ikinci dalga feminizmden ayıran en önemli özelliğin 1980’ler ile bireylerin hayatına giren kişisel bilgisayarlar olarak gören yazar, bu dönemde teknolojinin cinsiyetsizliği tartışmalarına değinmektedir. 2000’li yıllar kadınların internet ve teknoloji huşunda ilerleme kaydettikleri yıllar olarak gösterilmektedir. Ancak dijital eşitsizlik günümüzde hala kadınlar aleyhindedir. Bununla birlikte dijital okur yazar kadın sayısı ve internete erişim kadınlar arasında hızla yayılmaktadır ve kadınlar cinsel özgürlüklerini sağlayabilecek mecralara daha kolay ulaşabilmektedir (Genç, 2020, s. 55). Dijitalleşmenin getirisi olan yeni medya teknolojilerinin de bu dönüşümü ne yönde etkilediği ise “...sosyal ağların önemli bir boyutu, güzellik mitinin üretiminde oynadıkları rol. Ve elbette bu mitin yeniden üretilirken nasıl değiştiğini görmek için de son derece elverişli bir malzeme sunuyor.” ifadeleri ile yer bulmaktadır. YouTube Güzellik Topluluğu adlı son bölüme bağlama amacı ile anlatılan kitle iletişim araçlarındaki bu değişim süreci kitap için yetersiz bir geçiştir. Zira son bölümde bahsi geçen sosyal medya platformu olan YouTube’un neden örneklem olarak ele alındığı konusuna detaylıca yer verilmediği görülmektedir.

YouTube Güzellik Topluluğu kitabın üçüncü bölümünü oluşturmaktadır. Bölümde sosyal video paylaşım ağı olan uygulamanın tanımının yanı sıra kadınların vloglara olan ilgisinde yaşanan artışın sebepleri ele alınmaktadır. Vloglar ile başlayan YouTube videoları temelinde günlük tutma kültürünün olduğu bir kültür olarak gösterilmektedir. Kız çocuklarını sokağa çıkmalarına daha az müsamaha gösterilen toplumlarda yatak odası kadınlar için üretkenliğin merkezi sayılmaktadır. Bu yüzde günlük tutmak her zaman kız işi olarak görülmüştür (Genç, 2020, s. 67). Bununla birlikte 2021 yılı verilerine göre 2 milyar üzerinde kullanıcısı olan YouTube, günümüzde yeni kullanıcılar için verdiği kurs kategorileri arasında güzellik kanalları dikkat çekmektedir. “Çoğunluğu kadınlardan oluşan topluluğun dünya çapında büyüme hızı oldukça yüksek 2015 verilerine göre, YouTube üzerinde 182,000’den fazla güzellik temalı kanal bulunmaktadır” verileri eşliğinde kitap; kadınların özellikle güzellik, makyaj, kozmetik ve moda unsurlarının sundukları içerikleri daha çok paylaştıkları ve aynı zamanda da izlemek için daha çok tercih ettikleri bilgileri de sunulmaktadır. Ancak basım yılı göz önüne alındığında kitapta yer alan sayısal verilerin daha güncel tutulmaması dikkat çeken bir eksikliklerdir. Kadınların YouTube’da var olan konularını ise Michael Strangelove tarafından “YouTube gibi alanların kadınların basitçe konuşmak için yeni alanlar kazandığı yerler değil; aynı zamanda ciddi biçimde görünürlük kazandıkları ve çok daha geniş izleyicilere ulaşabildikleri yerler” şeklinde ifade edilirken feminist bir başkaldırının bu bölümde de egemen olduğunu görmek mümkündür. Zira “Kız işidir vlog çekmek, tıpkı günlük tutmak gibi...” alt başlıklardan da bu egemen söylemi ve çalışmada incelenen konunun hangi yönde ele alındığını anlamak mümkündür. Çalışma hayatında varlığını belirginleştiren kadınların girişimcilik ruhu ile atılıma geçmesine bir örnek olarak gösterilen YouTube Güzellik Topluluğu pek çok kadının hobi olarak başladığı ancak giderek profesyonel meslek edindiği bir iş kolu haline gelmektedir. Bunun ciddiye alındığının bir göstergesi de İŞKUR’un 2017 yılında Google iş birliği ile verdiği YouTuber’lık eğitimleri olmuştur (Genç, 2020, s. 71). YouTuber’lık nedir? Makyaj yapmak bir iş midir? Güzel hissetmek mi yoksa güzel olmak mı? gibi sorulara YouTube üzerinden kanal sahibi olan influencerların yayınladıkları videolar üzerinden cevaplandırılan son bölüm genel itibarıyla de YouTuber’ların kanallarında takipçilerine yaptıkları konuşma içeriklerden oluşmaktadır. Burada içeriklerin seçiminde çalışmaya konu olan problemlerin rol oynadığı görülmektedir.

Kitabın temellendiği teorik köken feminizmdir. Bu kapsamda bakıldığında alana dair güncel tartışmalarla ve akımlarla ilişkili olduğunu söylememiz mümkündür. Kitap sunmayı iddia ettiği teoriyi yeterince sunmaktadır. Açık bir dille yazılan kitap içinde geçen terimlerin ve

bilgilerin anlamlarına dair dipnotları da bünyesinde barındırmaktadır. Bu kitaptan faydalanabilecek kitle akademi üzerinde bu tür alan çalışmaları yapmak isteyen sosyal ve iletişim bilimciler olabilir. Kitabın güçlü yönlerinden biri temelinde yer alan feminizm ve güzellik olgusunu işleyiş biçimidir. Feminizm tüm yönleri ve tarihi süreçleri içindeki anlamları ile işlenmiş ve kadının bu perspektif nerede nasıl yer aldığı hususundaki bilgiler kitapta yer almıştır. Ancak güzellik olgusu konu içindeki hacmini kaybederek ikinci planda kalmıştır. Sosyal medya mecraları arasında güzellik topluluğunun oluşum aşamalarına yer verilmemesi ve öncesinde güzellik temalı medya araçlarının bahsinin geçmemesi kitabın zayıf yönleri arasında gösterilebilir.

Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No plagiarism detected.

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

ÇALIŞMANIN ETİK İZİN BELGELERİ

Söz konusu bu çalışmada etik kurul kararı gerektiren klinik ve deneysel insan ve hayvanlar üzerinde bir çalışma olmadığından dolayı etik kurul onayı aranmamıştır.