

Atıf - Reference: Kurtuluş, Gülis (2021) Bir sembolik şiddet sunumu ve ön plana çıkarılmış kadınlık temsili olarak Temizlik Benim İşim yarışması örneği. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 6(12): 16-38.

Araştırma makalesi / Research article

Bir sembolik şiddet sunumu ve ön plana çıkarılmış kadınlık temsili olarak *Temizlik Benim İşim* yarışması örneği

Gülis Kurtuluş*

Öz

Toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında eril tahakkümün -varlıklarını ustalıkla unutturan- kodları toplumsal alanların derinliklerine inceliklerle işlenmiştir. Bu kodların topluma aktarımı ise günümüzde en yoğun olarak medya aracılığıyla sağlanmaktadır. Medya ve özellikle televizyon ürünleri sayesinde izleyici nezdinde toplumsal cinsiyet rolleri ataerkil ideoloji tarafından üretilmekte ve pekiştirilmektedir. Çalışmanın eksenini oluşturan Bourdieu'nun eril tahakküm kavramı bağlamında 'sembolik şiddet'in ve Connell'in hegemonik erkeklik kavramı bağlamında 'ön plana çıkarılmış kadınlık'ın örnekleri sıklıkla izleyiciye sunulmakta ve doğallaştırılmaktadır. Bu çalışma, bahsedilen kavramların nasıl üretildiği, hangi şekilde meşrulaştığı ve pekiştiği sorularına yönelik olarak *Temizlik Benim İşim* isimli yarışma programında üretilen söylemlerin, eleştirel söylem analizi yöntemi ile incelemesini içermektedir. Sonuç olarak ise yarışma dahilinde, kadınların hem görüntü olarak hem de söylem olarak aşağı ve tabii kılınmış biçimlerde resmedildikleri görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Sembolik şiddet, ön plana çıkarılmış kadınlık, eril tahakküm, hegemonik erkeklik

Temizlik Benim İşim (Cleaning is my job) as a symbolic violence presentation and emphasized femininity example

Abstract

In the context of social gender roles, masculine dominance's codes, which its affluence is narcotized dextrously, elaborated into depths of the social sphere. These codes' transplantation to society takes place intensively via media these days. Utilizing media and especially television productions, before the audience, social gender roles are produced and consolidated by patriarchal ideology. Within the context of Bourdieu's masculine domination concept, there are examples of 'symbolic violence'; while in Connell's hegemonic masculinity concept, there are examples of 'emphasized femininity', which are in the axis of the research. These examples are frequently presented to the audience and it is naturalized. This research encapsulates the analysis of expressions generated in a TV contest called Temizlik Benim İşim (Cleaning is my Job) via the critical discourse analysis method; hoping to answer how mentioned concepts are generated, legitimated, and consolidated. In conclusion, within the contest, both in the image and in the discourse forms, women are pictured as degenerated and subordinated figurations.

Keywords: Symbolic violence, emphasized femininity, masculine dominance, hegemonic masculinity

* Doktora öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı, 100/2000 YÖK Doktora Bursiyeri, e-posta: gulistongemen@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4028-9473.

Giriş

Toplumların ilkel ya da modern olmasından bağımsız olarak, kültürel ve toplumsal koşulların çok farklı olduğu topluluklarda bile benzerlik gösteren nadir durumlardan biri toplumsal cinsiyetin varlık alanıdır. İnsanlık tarihinde birkaç istisna dışında toplumların pek çoğunda kadın ve erkek için belirlenmiş roller benzeşmektedir. Kadınlık ve erkeklik rolleri çağlar boyunca pek çok değişimden geçmiş ve geçiyor olmasına rağmen, ana eksenini koruyarak özünden kopmadan şekil değiştirmekte, çağa ayak uyduran profillerde var olmaktadır.

Göçebe toplulukların görece yerleşik hayata geçmesi, sabanın bulunması, tarım ve hayvancılığın gelişmesi, tek tanrılı dinlerin kabulü gibi kilometre taşlarından önce kadının da erkek ile eşit derecede günlük hayatta aktif olduğu ve eşit konumda algılandığı dönemler çıkartıldığında, kadının çoğunlukla güçsüz, kırılğan ve pasif olarak nitelenmekte ve varlığı ev içi alana sıkıştırılmış olduğu görülmektedir. Sanayi öncesi toplumlarda olduğu kadar sanayi sonrası toplumlarda da kadın çoğunlukla aynı roller çerçevesinde ev içinde ya da en iyi ihtimalle profesyonel iş yaşamında uzmanlık gerektirmeyen işlerde erkeklerin gerisinde konumlandırılmaktadır. Günümüz modern toplumlarında toplumsal cinsiyet farkındalığı artmış olsa da kadınların kendilerinin bile ikna olamadıkları 'eşitlik' kavramı hala ulaşılamamış bir idealdir.

Toplumsal cinsiyet bağlamında kadınlara sıklıkla, 'nazik, şefkatli, yumuşak ve sıcak' gibi güç ekseninden uzak roller yüklenmektedir. Bunun yanı sıra 'baştan çıkarıcı, geveze, dedikoducu ve fitneci' gibi olumsuz kadınlık rolleri de oldukça yaygındır. Erkekler ise 'güçlü, dayanıklı, analitik, girişken, cesur ve yiğit' gibi toplumsal cinsiyet rollerinde yer bulmaktadır. Bu rollerin tamamı kadın ve erkeklerin toplumsal pratiklerini oluşturarak yaşamın her alanını etkileyen bir şekillendirme gerçekleştirmektedir. Bu roller, aile ve okul gibi toplumsal kurumların yanı sıra günümüzde yaygın olarak kitle iletişim araçları aracılığıyla sunulmaktadır. Kitle iletişim araçlarından televizyon ise, kolay ulaşılabilirliği bakımından bu konuda başat bir rol oynamaktadır. Özellikle dizi, yarışma programları, sabah programları, haberler gibi televizyon yapımları toplumsal cinsiyet rollerini hem üretmekte hem de pekiştirmektedir. Hegemonik erkeklik, medyada gösterilen kadınlık ve erkeklik rollerinin toplumsal pratiklere yansımaları ve toplumsal pratiklerin medya metinlerine ilham vermesi bağlamındaki kısır döngü içerisinde yeniden ve yeniden üretilmektedir.

Bu çalışmada, toplumsal cinsiyet rollerinin medya aracılığı ile sunumu ve meşrulaştırılmasını anlamlandırmada Bourdieu'nun 'eril tahakküm'ü bağlamında 'sembolik şiddet'; Connell'in 'hegemonik erkeklik'i bağlamında 'ön plana çıkarılmış kadınlık' kavramlarından yararlanılacaktır. Birbiriyle oldukça bağlantılı olan bu kavramlar, erkek hegemonyasına çok yönlü bakış açıları getirerek, bu hegemonyanın toplumsal etkilerine ışık tutmaktadır. Çalışma ekseninde kadınların ve erkeklerin medya ürünleri içerisinde hangi rollerde ve ne şekillerde resmedildikleri ile bu imajların nasıl bir algı yarattığı sorularına cevap aranacaktır. Bu bağlamda örneklem olarak Fox TV'de yayınlanan *Temizlik Benim İşim* yarışması seçilmiş olup yarışma dahilindeki söylemler, eleştirel söylem analizi ile incelenecektir. Bu sayede ataerkil ideoloji ve bu ideoloji tarafından kadına atfedilen ikinci cinslik ile erkeğin varsayılan üstünlüğü belirlenen çerçeve dahilinde gözler önüne serilmeye çalışılacaktır.

Toplumsal cinsiyetin bir ürünü olarak cinsiyet rolleri

Toplumsal cinsiyet, oldukça yeni bir kavram sayılabilecekken toplumsal cinsiyet kavrayışına zemin hazırlayan hareketlerin başlangıcı 1700'lü yılların sonlarına tarihlendirilmektedir. 1791-1792 yılları arasında Fransa ve İngiltere'de açıklanan 'erkek hakları (Rights of Man)'nın hemen ardından 'kadın hakları'na ilişkin bildirimler de sunulmuştur. Liberalizmin yükselişi ile toplumsal cinsiyete ilişkin argüman, bir eşit haklar öğretisi ve eşit yurttaşlık talebine dönüşmüştür. 1848 yılında ABD'de baş gösteren kadınların ilk politik seferberliğinden sonra kadınların eşit bir yurttaş olarak oy kullanması artık sesli olarak dile getirilmiştir. On dokuzuncu yüzyılın sonlarında dünyanın pek çok yerinde eşit haklar öğretisi feminist bir seferberlik oluşturarak, kadınların oy kullanma, mülkiyet ve eğitim gibi pek çok alanda dezavantajlı konumlarını göz önüne sermiştir. Toplumsal cinsiyete dair bir toplum teorisinin ortaya çıkışı da bu gibi konulara dair sorgulamaların yoğunlaşması ile tetiklenmiştir (Connell, 1998: 49-50).

Toplumsal cinsiyet kavramını 1972 yılında literatüre kazandıran Ann Oakley, bu kavramı temel olarak cinsiyetler arası bir eşitsizlik bağlamında ortaya koymuştur (Vatandaş, 2007: 31). Kadınlar ve erkekler arasında doğuştan getirdikleri ve kendi başına bir eşitsizlik ilişkisi barındırmayan biyolojik farklılıkları ile toplum ve kültür içerisinde hiyerarşik ve eşitsizlik üzerine kurulu farklılıkları arasındaki karşıtlık durumları 'toplumsal cinsiyet' olarak kavramsallaştırılmaktadır (Karaduman, 2017: 36). Toplumsal cinsiyet, iktidar ilişkileri ve ideoloji aracılığıyla erkek ve kadın 'beden'lerine anlamlar ve değerler yükleyerek, bu 'beden'leri kültürel, ekonomik, politik ve davranışsal bir ilişkiler bütünü içerisine dahil etmektedir (Yüksel, 2001: 73).

Toplumsal olguların şekillendirdiği toplumsal cinsiyet bağlamında kadınlar ve erkekler için toplumsal beklentiler de farklılaşmaktadır. Bu durumun en kapsamlı açıklamalarını 'cinsiyet rolü teorisi'nde bulmak mümkündür. Bu teoride, cinsiyet rolü bireyin toplumsal ilişkiler içerisine yerleştirilmesi için bir çerçeve sunmaktadır. 'Rolün öğrenilmesi', 'toplumsallaşma' veya 'içselleştirme' aracılığıyla gerçekleşen bu süreçte, kadınlık karakteri 'kadınlık rolü'nü, erkeklik karakteri ise 'erkeklik rolü'nü toplumsallaşma aracılığıyla edinmektedir. Toplumsallaşmayı gerçekleştiren 'toplumsallaştırma etkenleri' ise anne, aile, okul, arkadaş grupları ve medya olarak gösterilmektedir (Connell, 1998: 79). Kısaca cinsiyet rolü, kadınlık ve erkeklik üzerine toplum tarafından üretilen klişeler ve stereotiplerdir.

Cinsiyet rolleri, kadın ve erkeğin kendilerini sunuş biçimleri, davranış kalıpları ve giyim kuşam kodları gibi toplumsal kalıpları içermekte ve toplumdan topluma değişiklikler gösterebilmektedir. Bununla birlikte toplumsal cinsiyet kavramı da bağlı olduğu toplumsal kurumlardan ve bunların değişimlerinden etkilenecek dönüşüme uğrayıp evrim geçirmektedir (Yüksel, 1999: 70-72). Bu bağlamda, toplumsal cinsiyet biçimleri ile kadın ve erkek rollerinin zamana ve mekana bağlı değişik formlarından bahsetmek mümkündür. Ne var ki buna rağmen dünya üzerindeki pek çok coğrafyada kadınların ve erkeklerin cinsiyet rolleri birbirine oldukça benzemekle birlikte değişimini/dönüşümünü de ekseninden sapma göstermeden gerçekleştirmektedir. Örneğin, kadınlar sıklıkla sıcak, şefkatli, nazik, güçlü sezgileri olan, yumuşak ve annelik yapan bir çerçevede tanımlanırken buna karşılık erkekler, iddialı, dayanıklı, girişken, üretken, cesur ve kendine güvenen şeklinde tanımlanmaktadır (Davis'ten akt. Horrocks, 1994: 143).

Buna bağlı olarak zaman içerisinde toplumsal cinsiyet bağlamındaki toplumsal tahakküm, kadınlar ve erkekler için farklı alanlar, işler ve davranış kalıpları -kısacası her şeyi kapsayan pratikleri- oluşturmuştur. Sanayi öncesi kırsal yaşamda erkekler dış tarafta,

kamusal alanda varlık göstermiştir. Öküzün boğazlanması, saban kullanılması, hasat kaldırılması gibi kısa, tehlikeli ve gösterişli işler erkeklerin sorumluluğunda olmuştur. Kadınlar ise iç alanlarda var olmuşlardır. Çocukların ve hayvanların bakımı ve bilhassa en pis, en bayağı, görünmez ve utanç verici evsel işler kadınlar tarafından yapılmıştır. Bu da kadınların, onlara toplum tarafından atfedilen bu alçaltılmış görevlerin ve kimliğin tamamen doğal olduğu görüşünü başta kendileri olmak üzere tüm topluma tasdik etmektedir (Bourdieu, 2015: 45).

Savaşların (dolayısıyla savaşçıların/askerlerin), tarım ve hayvancılık gibi uğraşların en aza indiği sanayi sonrası toplumlarda ise erkekten beklenti kamusal ve kurumsal alanda bulunup çalışması ve evi geçindirmesi olmuştur. Kadınlar ise, ekonomik işlerin dışında bırakılarak, ev içi işlere ve soyun biyolojik ve toplumsal yeniden üretimine dair işlere sıkıştırılmıştır. Aynı zamanda bu ev içi işler çoğunlukla fark edilmediği ve herhangi bir ücret karşılığı yapılmadığı için kadının emeği ve zamanı kolayca çarçur edilebilir, değersiz bir çaba izlenimi kazanmıştır. Dahası kadın, kozmetik, giyim, aksesuar ve dekorasyon gibi unsurlar aracılığıyla erkeğin sembolik sermayesini¹ gözler önüne sermeye yarayan bir değişim aracı ve vitrin muamelesi de görmektedir. (Bourdieu, 2015: 123-125).

Yeniden eril tahakkümün kadına ve erkeğe dayattığı bu cinsiyet rollerine gelecek olursak bu rollerin her gün tekrar tekrar yeniden üretildiğini söylemek mümkündür. Aile, sosyal çevre, okullar ve medya gibi toplumsal ve ticari kurumlar bu cinsiyet rollerinin hem üretilmesinde hem de devamlılığında aktif rol oynayarak eril tahakkümün eksiksizce sürmesini sağlamaktadırlar. Medya, ataerkil ideolojinin değerler sistemini yeniden üretirken, diğer yandan kadınlık ve erkeklik rollerini toplumsal yapıya uyumlu hale gelecek şekilde oluşturmaktadır (Karaduman, 2017: 38).

Sembolik şiddet ve varlık biçimleri

Sembolik şiddet, Bourdieu'nun eril tahakkümle bağlantılı olarak sıklıkla kullandığı ve sembolik iktidar ve sembolik sermaye ile yakından ilişkili bir kavramdır. Kadınların ikinci cinsliğini yeniden üreten iltifat, kayırma ve sözde kazanımlar sunma gibi pek çok kadının 'hoşluk' olarak tanımlayacağı biçimlerde var olmaktadır. Sembolik sermayeyi elinde bulunduranların iktidarlarını, kendi ezdiklerine sözde onlar için bir kazanım görüntüsünde sunması, dahası ezilenlere bu iktidarın kabulünü gönüllülükle yeniden ürettirmesi sembolik şiddet olarak tanımlanmaktadır. Kadınlar, sembolik şiddetten kaçınmak şöyle dursun, farkına bile varmadıkları bu tahakküme gönüllü olarak maruz kalmayı tercih edebilmektedirler. Erkeğin, kadının kapısını açması, onun hesabını ödemesi, hediye alması gibi kadının tabiiyetini onaylayan eylemler çoklukla kadınların tercih ettiği hatta eksikliğinin kadınları mutsuz ettiği durumlardır (Yaraman, t.y.: 8).

Bourdieu'ya göre (2015: 54-55) sembolik güç, bedenler üzerinde fiziksel bir şiddet uygulamadan neredeyse büyülü bir şekilde gerçekleşmektedir. "Hükmedenlerle hükmedilenler arasındaki büyülü sınırın tanınma ve kabullenilmesine yönelik pratik edimler, sembolik gücün büyüsü tarafından tetiklenir; hükmedilenler de dayatılan sınırlamaları zımnen kabullenmek suretiyle kendilerine uygulanan tahakküme çoğu zaman bilmeden, kimi zaman da istemeden katkıda bulunurlar."

Sembolik şiddeti kadınlar üzerinde uygulayanlar yalnızca erkekler değildir. Hükmedilenler, tahakküm ilişkilerine hükmedenlerin bakışıyla bakmayı öğrenmiş ve bunu oldukça doğal olarak benimsemişlerdir. Kadınlar genel olarak kadına dair aşağılayıcı imgeye katılıp bunu destekleyici eylemlerde bulunmaktadırlar (Bourdieu,

2015: 50-51). Bu bağlamda kadınlar kendilerine ve hemcinslerine eril tahakküm bakış açısıyla sembolik şiddet uygulayabilmektedir. Kadınların hemcinslerine uyguladıkları sembolik şiddet biçimlerini fazlasıyla çeşitlendirmek mümkündür. Modern toplumlarda kadınların, -kozmetik ve estetik sektörlerinin en büyük dayanağı olan- dayatılan estetik kalıplara uymaya zorlanması bunların en yaygınlarından olup hem erkekler hem de kadınlar tarafından kadınlar üzerinde bedensel bir metalaştırmaya yol açmaktadır. Bu metalaşma ise ataerkil düzende sembolik mallar ekonomisi içerisinde kadını bir kez daha değişim nesnesi haline getirmekten başka bir amaca hizmet etmemektedir.

Bourdieu'nun ortaya koyduğu bir ampirik çalışmanın verileri sembolik şiddetin boyutlarının gözler önüne serilmesine yardımcı olmaktadır: Bu çalışma Fransız kadınlarının çok büyük bir çoğunluğunun kendilerinden yaşça büyük ve daha uzun erkekleri tercih ettiğini belirtirken, kadınların kendilerinden kısa bir erkekle birlikte olma fikrini reddettiğini ortaya koymaktadır. İlişki içerisinde kadınların erkeklerden daha yaşlı ya da uzun olması düşüncesi kadını paradoksal biçimde toplumsal olarak alçaltırken, eksik bir erkekle birlikte olarak eksilmiş olduğu hissiyatı yaratmaktadır. (Bozon'dan akt. Bourdieu, 2015: 51-52). Günümüz toplumlarında kurumsal iş yaşamları bağlamında aynı eksiklik hissiyatını kadının erkekten fazla para kazandığı durumlar için de söylemek mümkündür. Bunun yanı sıra Ferree (akt. Bourdieu, 2015: 51), ev içi iş bölümündeki dönüşümün önündeki en büyük engellerden birinin kadınların yaptığı işlerin 'gerçek erkekler' için uygun olmadığı fikrinin hakim olması ve hatta kadınların eşlerinden aldıkları ev içi yardımları, onları küçük düşürmeme adına çevrelerinden gizlemeleri olduğunu aktarmaktadır.

Sembolik şiddetin kodları kadın ve erkekte bedenlerinin ve zihinlerinin ayrılmaz bir parçası olacak şekilde toplumsal kurumlar tarafından incelikle işlenmişlerdir. Örneğin, Türk toplumunda kadınlar arasında yapılan 'altın günleri' de kadınların birbirlerine sembolik şiddet uyguladıkları bir alan haline gelmiştir. Kadınların ayda bir kez topluca bir araya gelerek yemek yedikleri, sohbet ettikleri ve günün sonunda evinde toplanılan ev sahibesine önceden belirlenen miktarda altın hediye ettikleri ve tamamen masum bir görüntüsü olan bu etkinlik arka planında sembolik bir şiddet barındırmaktadır. Ev sahibi, kendi ev sahipliği altında düzenlenecek o gün için tamamı erkeğin tahakkümündeki sembolik sermayenin azami miktarını ortaya koymaktadır. Hemcinsleri tarafından yargılanmamak adına detaylı ve yoğun emek gerektiren bir temizlik yapılmakta; yine aynı kaygı ile çeşit çeşit ikramlıklar hazırlanmakta ve bu misafirlere özel salon ve yemek takımları beğeniye sunulmaktadır. Tüm bunların amacı ise günün sonunda erkeğin sembolik sermayesini olabilecek en kusursuz biçimde hemcinslerine sunmak ve arkasından misafirperverliği için yapılacak dedikodulardan yani sembolik şiddetten kaçınmaktır. Nihayetinde 'altın günü' gibi kadınlar arası bir etkinlik aracılığıyla kadın kendini ve emeğini sembolik sermayeye dahil etmekte ve sembolik şiddetin bir parçası haline gelmektedir.

Hegemonik erkekliğin kadın cephesi: 'Ön plana çıkarılmış kadınlık'

Hegemonik erkeklik ve bu kavrama dair kodların ataerkil toplumsal ilişkilerin varlığında ve sürdürülmesinde önemli bir belirleyici olduğu söylenebilir (Karaduman, 2017: 40). Hegemonik erkeklik, cinsiyet ilişkileri sisteminde, sistemin kendisinde ve eril tahakkümü yeniden üretmeye hizmet eden mevcut ideolojideki bir konumu tanımlamaktadır (Levy, 2007: 1).

Connell'a göre (1998: 246-248), hegemonik erkeklik kavramındaki hegemonya, iktidar üzerine yapılan çekişme ve kavgadan ziyade özel ve kültürel yaşama sızan bir toplumsal güçler mücadelesinde üstünlük elde etmektir. Bir erkek grubunun zorbalıkla elde ettiği üstünlük hegemonya olmamakla birlikte aksine genellikle gözle görünür bir zorbalığın olmadığı toplumsal, ekonomik veya siyasi alanlarda kök salan bir üstünlük durumudur. Bunun yanı sıra hegemonya, güçler dengesi oyununda mutlak galip gelmek anlamına da gelmemektedir. Diğer örüntü ve grupların tamamen ortadan kaldırılması yerine, bunların ikincil konuma getirilmesi söz konusudur. Bu hegemonyanın ayakta tutulmasını sağlayan şeyin keşfi için, iktidar sahibi erkeklerin ne olduğuna değil, neye sahip olduklarına odaklanmak gerekmektedir. Çoğul erkekliklerin eşit olmadığını ve bir cinsiyet mimarisi içerisinde hiyerarşik bir yapıya sahip olduklarını belirten Özbay (2013: 186), erkeklerin içinden seçilen bir tanesinin en doğru, en sağlıklı, en normal, faydalı ve makbul olanmışçasına sunulması ve diğer erkekler tarafından bu 'ideal' erkeğin bedeninin ve normlarının, ulaşılması gereken bir mertebemişçesine gösterildiğini aktarmaktadır. Hegemonik erkekliğin, erkekliğin üstünlüğünü kültürel olarak ortaya koymasını ('güçlü' erkek imajlarının yüceltilmesi ve erkeklerin bu imajları ayakta tutulmak için işbirliği yapması şeklinde) bir tür 'suç ortaklığı' olarak adlandıran Connell (1998: 248), bu suç ortaklığının temel sebebini erkeklerin pek çoğunun kadınların tabiiyetinden faydalanmak istemesi olduğunu ifade etmektedir. Bir başka deyişle, farklı erkeklik türlerini aynı amaç çatısı altında buluşturan şey, -kadınların baskılanması ve bağımlı kılınması olarak da açıklanabilecek- kadınlar üzerinde sağlanan iktidardır (Sancar, 2008: 27).

Hegemonik erkeklik, her zaman kadınlıkla ilgili olmakla birlikte aynı zamanda ve ölçüde erkeklikle de ilgilidir. İkincil konuma itilmiş erkeklikler de hegemonik erkekliğin iktidarı altındadır. İkincil konuma itilmiş ve tabii kılınmış erkekliğin en önemli biçimi eşcinsellik olmaktadır, çağdaş hegemonik erkekliğin en ayırt edici özelliği ise heteroseksüellik ve evlilik kurumuyla olan yakın ilişkisidir (Connell, 1998: 245- 249). Buna göre erkekler, toplumsal yapılar tarafından sunulan "ideal" erkek imgesine yaklaştıkça kendi hegemonik erkekliklerini gerçekleştirmeye yaklaşmakta fakat bu "ideal"den uzaklaştıkça hegemonik erkeklik tarafından ikincil konuma itilip, marjinalleştirilip, tahakküm kurulan sınıfa dahil edilmektedirler. Fakat bu durum onları erkek hegemonyasına düşman etmemekle birlikte, kendi hegemonik erkekliklerine kavuşacakları günün hayalini kurmaya devam ederken, eril tahakkümün değirmenine su taşımayı da sürdürmektedirler.

Hegemonik erkekliğin bir diğer taşıyıcısı da tabii kılınmış erkeklerle bağlantılı olarak Connell'in 'ön plana çıkarılmış kadınlık' olarak tanımladığı, erkeklerin çıkar ve arzularına hizmet etmeye yönlendirilmiş kadınlardır (1998: 246). 'Ön plana çıkarılmış kadınlık' türü, tahakkümü elinde bulunduran erkekliğin, hegemonyasını en güçlü şekilde hissettirmesi için gönüllü olarak bu ideolojiye destek olmaktadır. Kadınların ikinci cinsliğini tasdiklemede önemli bir rol üstlenen bu kadınlık türü, başta medya ve pek çok toplumsal ilişkiler örüntüsünde kendine yer bulmuş olup, hegemonik erkeklik tarafından makbul gösterilmektedir. Erkeklerin iktidarına uyum sağlama, boyun eğme, ev işleri ve çocuk bakımı gibi şeyleri kadınca erdemler olarak 'ön plana çıkaran' bu kadınlık türü için yüksek tirajlı kadın dergileri, kadın programları, reklamlar ve diziler aracılığıyla kadının oynaması gereken rol konusundan önemli miktarda "sufle" verilmektedir. Erkeklerin cinsel alanda ve iş yerlerinde benliklerinin okşanma arzusuna boyun eğme, kadınlara yönelik eşitsiz emek piyasasına hem iş yerinde hem de ev içi işlerde gönüllü olarak dahil olma gibi verili örüntüler, erkek egemenliğe itaat etme biçiminde hegemonik erkekliği

kültürel ve ideolojik olarak en fazla desteği bu kadınlık biçiminin sağladığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda içeriği ne kadar ev içi ve yatak odasının mahrem alanıyla sınırlıymış gibi görünse de, ‘ön plana çıkarılmış kadınlık’ kültürel bir inşa biçimi olarak oldukça kamusaldir (Connell, 1998: 251-252).

‘Ön plana çıkarılmış kadınlık’ kavramı, kadınların boyun eğdirilmesi yönünde toplumsal örüntülerde ve medyada sunularak örnek teşkil eden kadınların yanı sıra eril tahakkümün yüceltilmesi adına “vekaleten erkeklik” yapan kadınları da kapsayabilmektedir. Vekaleten erkeklik kavramını, hegemonik erkekliğin yeniden üretimi bağlamında, gücünü ve –esasen bir erkek tarafından kendisine verilmiş- tahakküm yetkisini erkek hegemonyasından alan bir kadınlık pratiği olarak tanımlamak mümkündür. Özbay (2013: 188), “erkekliği”, kadınların ve homoseksüellerin de *yapabileceği* bir edim olarak görmektedir:

Erkekliğin testosteron hormonu seviyesine, kromozom dizilimine, üreme organlarına endeksli bedensel-biyolojik bir kıstas olmadığını, toplumsal ve kültürel çerçeveler içinde muhtelif mücadelelerle şekillenen, bireyin yön verdiği ancak toplumsal etkileşimle anlam kazanan ve sürekli yeniden yorumlanan, tartışılan bir ‘ürün’, bir dışavurum ya da icra (performans) olduğunda hemfikirsek; kadınların da erkeklik yapabileceklerini, kendi bedenleri ve toplumsal konularında bir erkeklik türü sergileyebileceklerini de teslim etmemiz gerekir.

Kadınların vekaleten erkeklik yapması, tıpkı sembolik şiddette ve hegemonik erkeklikte olduğu gibi rızaya dayalı ve hatta kendilerini diğer kadınlardan daha ayrıcalıklı hissettikleri bir biçimde var olmaktadır. Nitekim bu, kadını, doğal olarak iradesini yalnızca bir erkekten ödünç alarak ortaya koyabilecek ve bu vekalet olmaksızın tahakküm altındaki bir kadın statüsüne gerileyecek bir konuma itmektir. Bu da kadının ikinci cinsliğini bir kez daha tescillemektir.

Vekaleten erkeklik kavramına ataerkil toplumların evlilik kurumlarında rastlamak mümkündür. Bunun kültürümüzdeki en bariz örneği ‘kaynanalık’ ve görümcelik’tir. Kadın, evlendiği erkeğin annesini ‘kaynana/kayınvalide’, kız kardeşini ‘görümce’ olarak isimlendirmekte ve tanımaktadır. Gelin-kaynana ve gelin-görümce ilişkisi, evlilik ile sağlanan bir akrabalık türü gibi görünse de özünde eril tahakkümün kadın vekaletindeki yapılanmalarıdır. Geleneksel ve modern Türk toplumunda kaynana ve görümce, gelin için sıklıkla olumsuz bir kimliktir. Kayınvalide ve görümceyi, geline üstün kılan birincil sebep ise damat ile olan kan bağlarıdır. Bu kan bağı yalnızca biyolojik bir bağlantıyı nitelemez, aynı zamanda “üstün” bir cins olarak varsayılan erkek ile olan organik bağı, eril tahakkümün tarafında safta olmayı ve adeta değerli bir objeye sahip olmak gibi bu tahakküm ile yakından ilişki içerisinde olmayı anlatmaktadır. Aynı şekilde kadının kız kardeşi, yani toplumdaki ismiyle ‘baldız’, benzer bir ayrıcalık ve tahakküm oyunu oynamak şöyle dursun, –bazı alt kültürler özelinde-erkek (kız kardeşinin eşi, enişte) tarafından istismar edilmesi meşru kılınan ve teşvik edilen bir konumdur.

Kayınvalidenin gelin üzerindeki tahakkümü bir nebze olsun yaşa ve tecrübeye hürmet çerçevesinde değerlendirilebilirken, görümce kayınvalidenin kimliğine nazaran daha farklı bir durumdadır. Toplumsal konum, yaş ve tecrübe bakımından gelin ile aşağı yukarı denktir. Türk toplumundaki görümce kimliğine ve gelin-görümce ilişkilerine yönelik Demir ve Nam’ın (2019: 78-79) yapmış oldukları ampirik çalışma, bu konuda oldukça aydınlatıcı veriler sunmaktadır. Araştırmaya göre, katılımcıların birçoğunda görümce kimliğine dair olumsuz algılar mevcuttur. Görümcelerin, gelinleri kıskandığı ifade edilmiştir (Bu kıskanma erkeğin geline aldığı bir eşyayı kıskanma şeklinde gerçekleşmesinin yanı sıra tahakkümün kendisinden evlilik yoluyla ‘çalınması’ sebebiyle

de gerçekleşiyor olması muhtemeldir). Görümceliğin doğasının ‘buyurmak’ ve –aile içi ilişkilere-‘karışmak’ olduğu ortaya konulurken, kaynağını erkeğin statüsünden alan ve bu sebeple bazı istekleri meşru kılan bir hak olarak görülmektedir.

Yine Türk toplumu içerisinde evlilik kurumunda kendine yer bulan ‘eltilik’ de benzer şekilde bir tahakküm ilişkisini taşımaktadır. Bir ailenin birden çok oğlu olması durumunda, en büyük erkek kardeşin eşi, diğer erkek kardeşlerin eşlerine yani eltilerine karşı dolaylı ya da doğrudan bir hegemonya oyunu oynamaktadır. Bunun meşruiyetini ise ailenin birincil hegemonya varisinin eşi olmaktan yani eşine kalacak olan aile reisliği ve sembolik sermaye mirasından almaktadır.

Kaynağını, ataerkil toplumun eril dinamiklerinden alan ‘vekaleten erkeklik’ kavramı, ‘ön plana çıkarılmış kadınlık’ türlerine dahil edilebilir. Aralarındaki fark ise ‘ön plana çıkarılmış kadınlık’, kadını daima boyun eğen konumlarda resmederken, vekaleten erkeklik kadınları ödünç alınmış bir vekalet ile bile olsa diğer kadınlar üzerinde bir tahakküm ortaya koymasını sağlayabilmektedir. Fakat nihayetinde vekaleten erkeklikteki –sözde- kadın tahakkümü, perde arkasında eril tahakkümü barındıran ve besleyen bir illüzyondur. Nitekim Bourdieu’nun (2015: 47) da bahsettiği gibi, “sembolik olarak feragate ve suskunluğa mahkum edilmiş kadınların bir parça iktidar uygulayabilmelerinin tek yolu gücünün gücünü ona karşı döndürmek veya kendisini silmeyi kabul etmektir.”

Medya ve eril tahakküm ilişkisine yönelik izleyici algısı

Ataerkil kültürel kodlar erkeğe ait eril değerleri olumlayıp yüceltmektedir. Bu sayede cinsiyetler arasında ve hatta erkeklerin kendi cinsi arasında bile hiyerarşik bir yapı oluşturulmaktadır. Bu durumdan doğan kültürel atmosfer ise kadına atfedilen özelliklere olumsuz bir anlam yüklediği veya kadının mutlak boyun eğişinin meşrulaştırıldığı bir ortamdır (Yaraman, t.y. : 4). Hegemonik erkeklik, kamusal olması sebebiyle (Connell, 1998: 247), toplumun geleneksel alışkanlıkları ve kültürel pratikleri içerisine gömülü ‘erkeklik pratikleri’nin yanı sıra devlet, yasalar, ticari şirketler, heteroseksüel temelli aile gibi kendisi için ‘olmazsa olmaz’ kamusal kurumlara da ihtiyaç duymaktadır (Sancar, 2008: 32). Hegemonik erkeklik için elzem olan bu kamusal kurumlardan biri de medyadır. Karaduman ve Adalı Aydın’a göre (2017: 30), “medya egemen toplumsal cinsiyet rejiminin kadınlık ve erkeklik rollerinin, davranış kalıplarının ya da toplumsal cinsiyete ilişkin normların kültürel ve toplumsal inşasına sistematik bir şekilde destek vermektedir.”

Medya, gazete haberleri, yarışma programları, sabah programları, reklamlar, filmler ve diziler gibi medya ürünleri aracılığıyla toplumun algısını şekillendirmede oldukça etkilidir. Kitle iletişim araçları, insanlara nasıl birer kadın ve erkek olmalarına dair belirli görüntüler ve rol modelleri sunarak ataerkil ideolojinin içselleştirilmesini ve yeniden üretilmesi sağlamaktadır (Zeybekoğlu Dündar, 2012: 125). Kadınlar yazılı basında büyük çoğunlukla üçüncü sayfa haberlerinde yer almakla birlikte, magazin programlarında ve haberlerde cinayete kurban giden, ezilen, düşük statülü işlerde çalışan, aldatılan bir profille medyada yer bulmaktadır. Diğer yandan kadının cinsel bir obje olarak sunumu da oldukça yaygındır. Bu da kadına, bu ikili yapı içerisinde hangi tarafta rol alması gerektiğini sorgulatmaktadır (Yıldırım ve Karahisar: 2013: 55).

Ersoy Çak’a göre (2010: 106), kadının medyadaki en önemli temsillerinden olan annelik ve eşlik, temizlik yapma, çocuğa bakma, ev bakımı, yemek yapma ve maddi olarak eşe bağımlılık olarak sunulmaktadır. Çünkü toplumsal cinsiyet rolleri ekseninde kadın daima, bakımlı ve becerikli olmalı; ev işi yapmaktan, yemek yapmaktan ve çocuk

bakımından oldukça keyif almalıdır. Bunun yanı sıra, evlilik kadının ömrü boyunca beklediği ve bu sayede ödüllendirildiği bir kurumdur. Kadınlar arasında kimin daha bakımlı, güzel olduğu ve kimin ev içinde daha iyi temizlik yapıp, iyi bir eş ve anne olduğu konusunda medya tarafından bir rekabet oluşturulmaktadır. Bourdieu'nun (2015: 77), "kendilerini hem bulup hem de yitirdikleri konumlar" olarak adlandırdığı bu 'kadınlık' görevlerine dair yatkınlıklarından ötürü ise ödüllendirilmektedirler.

Medyanın toplumsal cinsiyet rollerini pekiştirmesi bağlamında televizyonun ağırlıklı rolü yadsınamaz. Bu rol, televizyonun ev içi yaşamdaki başat konumlardan birinde olması ile önemini artırmaktadır. Ulaşılabilirliğinin yüksek ve izleyici vaktinin reklam verenlere satılması, kablolu yayın ve elektrik giderleri dışarıda bırakıldığında ücretsiz olması, televizyonu en sık tercih edilen medya araçlarından biri haline getirmektedir. Ayrıca, televizyon programları belli bir yaş grubu, cinsiyet, eğitim düzeyi ve toplumsal sınıf gözetmeksizin tüm izleyicilere kolayca ulaşabilmektedir (Yüksel, 1999: 72). Çok çeşitli eğlence, bilgi ve haber sunması da bireylerin televizyon karşısında geçirdikleri uzun vakitlerin önemli sebeplerindendir. Bunun yanı sıra yarışma, magazin, tartışma ya da eğlence programları giderek artan şekilde 'sokaktaki insan'ı televizyon anlatısının asal bir ögesine dönüştürmekte ya da televizyonun bir ögesi haline gelmeyi ümitlerle bekler bir konumda televizyona dair heyecanını daima diri tutmaktadır (Çelenk, 2005: 80).

Hall ve vd.'in (2013: 5) 'inşacı temsil yaklaşımı' olarak adlandırdığı süreç, televizyon temsili bağlamında televizyondaki imgelerin seyirciye aktarılması, halihazırda var olan maddi kültürün kodlanması yoluyla değil, üretilen kodların bir kültür biçimi şeklinde anlam kazandırılması ya da anlam değişimine yol açması ile gerçekleşmektedir. Yani kültür olarak adlandırılan 'ortak yaşam dünyası'nın inşası ve devamlılığı, televizyonun sunduğu temsillerin ve kimliklerin edinimi ile gerçekleşmektedir. Bir görsel iletişim türü olan televizyonun işleyişi, gösteren ve göndergenin çakışması şeklinde gerçekleşmektedir. Yani televizyonda elektronik olarak kodlanmış bir ağaç gösteriliyorsa, bu ağacın şüphesiz olarak 'gerçek dünya'da da mevcut olduğu algısı söz konusudur. Televizyonda bir imge gösterildiği anda televizyon bir nesne olarak aradan çekilmektedir. Televizyon, kültürün yansıtıldığı bir ortam olarak değil, kültürün kurgulandığı, 'ortak yaşam pratikleri'nin dolaşıma sokulduğu ve nihayetinde televizyonun temsil sistemi içerisinde yeniden üretime döndüğü bir alan olarak var olmaktadır. Televizyonun yaşayan kültürle etkileşimsel iletişimi bağlamında sıradan vatandaşların yaşam öykülerine, tecrübelerine ve hikayelerine ihtiyaç duyması yaygındır. Nitekim bu sıradan öyküler olmadan toplumsal olana ilişkin ortak imgelem de oluşturulamaz. Türkiye'de yayınlanan bazı yarışma programlarındaki yarışmacıların Türk toplumunu yansıtmadığı eleştirisi televizyon temsilleri için anlamsız bir eleştiridir. Zira bu programlara yarışmacı olarak seçilen sıradan insanlar Türk toplumunu temsil yeteneklerine göre değil, bu yarışma programlarının ihtiyaçlarına göre seçilmektedir (Çelenk, 2005: 83-86). Kısaca insanoğlunun marjinal olana merakından faydalanılarak, hakim kültürün devamlılığına katkı sağlayacak en ilgi çekici temsiller televizyon ekranına yansıtılmaktadır. Sıklıkla yemek ve moda yarışmalarında görülen kavgacı kadınlar ile bilgi yarışmalarında ve kas gücüne dayalı yarışmalarda büyük başarılar gösteren erkekler toplumsal cinsiyet rolleri için "ideal" stereotiplerdir. Televizyonun temsil bağlamındaki gücü göz önünde bulundurulduğunda izleyicinin televizyonda gördüğü bu temsilleri hakikatin kendisi olarak algılaması kaçınılmaz olmaktadır.

Televizyon programları kadınlık ve erkeklik üzerinden bir takım stereotipler oluşturarak belirli toplumsal cinsiyet rollerine sahip, toplumsal olarak inşa edilmiş ve

toplumu ve dünyayı anlamlandırmaya yardımcı olan kategoriler üretmektedir (Karaduman, 2017 :40). Erkekler, *Deli Yürek*, *Aynalı Tahir*, *Kurtlar Vadisi*, *Kuzey/Güney*, *Arka Sokaklar* gibi dizilerde cesur, kahraman, dürüst, mert, kadınlar üzerinde sahiplik ve egemenlik kuran rollerde gösterilmektedir (Baştürk Akça ve Ergül, 2014: 23). Kadınlar ise, *Aliye*, *Bir İstanbul Masalı* gibi dizilerde anneliğin kutsallığı ve fedakarlıkları, *Asmalı Konak*, *Aşk-ı Memnu*, *Muhteşem Yüzyıl*, *Ezel*, *Yaprak Dökümü* gibi dizilerde erkeği doğru yoldan saptıran baştan çıkarıcılığı öne plana çıkartılan roller içerisinde gösterilmektedirler.

Hegemonik erkeklik, kendini yüceltirken bunu kadın kimliğine olumsuz etiketler yükleyerek gerçekleştirmektedir. “Kadın açgözlüdür”, “şımarıktır”, “çenebazdır”, “birbirlerini kıskanır”, “aşkı değil parayı seçer” gibi olumsuz söylemlerle kadınlık aşağılanarak bir kez daha erkekliğin üstünlüğü kanıtlanmak istenmektedir (Sancar, 2008: 187-188). Kadınlara yönelik *Gelinim Mutfakta*, *Zuhal Topal’la Sofrada*, *Bu Tarz Benim*, *Doya Doya Moda*, *Temizlik Benim İşim* gibi yarışma programlarında ise kadınların birbiriyle (yemek, giyinmek ya da temizlik gibi ataerkil toplumun halihazırda kadına verdiği roller kapsamında) çoğu zaman bir kavga ve çekişme çerçevesinde yarışıp, adaletsizce değerlendirmeler yapmaları kadına atfedilen olumsuz etiketleri de ön plana çıkarmakta ve adeta doğrular niteliğe kavuşturmaktadır.

Böylelikle, erkekmerkezli bakış açısı kendi belirlediği pratikler tarafından sürekli olarak meşrulaştırılır: kadınların yatkınlıkları da şeylerin düzenine içkin bir kadına ilişkin olumsuz önyargının meyvesi olduğundan dolayı, kadınlar ebediyen bu önyargıyı onaylayıp dururlar. Bu, lanetlenmişliğin, kelimenin tam anlamıyla şu karamsar “self-fulfilling prophecy” nin, yani kehanetinde bulunduğu şeyi çağırarak kendi kendini doğrulayan öngörünün mantığıdır (Bourdieu, 2015: 48).

Medya ve özellikle televizyon, toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin yayımlar aracılığıyla hegemonik erkekliğin toplumun ortak algısı ve pratiklerinde olabildiğince sağlam yer edinmesi için elinden geleni yapmaktadır. Buna karşılık izleyici için de, televizyondaki temsillerin gerçekliği ve kurgusallığı arasındaki ayrımı görmek zorlaşmaktadır. Bu çalışmada ise özellikle yarışma programlarında eril tahakküme boyun eğmesi, sembolik şiddete maruz kalması ve hegemonik erkekliğin taşıyıcısı olması bakımından ‘ön plana çıkarılan kadınlık’ temsillerini analiz etmek amaçlanmaktadır. Bunun yanı sıra toplumsal cinsiyet rollerinin kadına yüklediği olumsuz özelliklerin ön plana çıkartılışı da gözlemlenecektir.

Bulgular

Araştırma yöntemi

Bu çalışmada, toplumdaki hegemonik erkeklik ve sembolik şiddetin, bir medya çıktısı olarak *Temizlik Benim İşim* yarışmasındaki söylemlerde yer alan tezahürünü ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır. Aynı zamanda kadınların kendilerini ve hemcinslerini ikincil cins olarak konumlandırmaları ve bunu Connell’in ‘ön plana çıkarılmış kadınlık’ kavramı bağlamında nasıl ortaya koydukları da ele alınmaktadır. Bu amaç doğrultusunda *Temizlik Benim İşim* isimli yarışma programına eleştirel söylem analizi uygulanmaktadır. Yarışma programı kapsamında, yarışmacıların, sunucunun ve dış sesin kullandığı cümleler, yargılar, imalar ve kültürel kodlara ait söylemler incelenmektedir.

Bu çalışmadaki eleştirel söylem analizi, Dijk'ın (1997'den akt. Barker ve Galasinski, 2001: 63-64), söylem analizine dair ortaya koyduğu ilkeler göz önünde bulundurularak yapılmıştır. Bu yöntemin amaçlarından biri de toplumun barındırdığı güç ve iktidar ilişkilerinin yasal zemine oturtulması, onaylanması, meşrulaştırılması, dönüştürülmesi, yeniden yapılandırılması ya da bunlara meydan okunmasıdır (Van Dijk, 2003'ten akt. Çelik ve Ekşi, 2013: 114-115).

Bu çalışmada söylemler, eleştirel söylem analizi kapsamında belirlenen kategoriler altında toplanarak incelenmiştir. Bu kategoriler şu şekildedir:

- i. Evlilik ilişkileri söylemleri/kadınlık rolü
- ii. Maddi ve sembolik sermaye/sembolik şiddet
- iii. Erkeklik rolü

Örnekleme

Yayın hayatına 19 Ağustos 2019 yılında başlayan ve hafta içi her gün 14.00'te Fox Tv de yayınlanan *Temizlik Benim İşim* isimli yarışma programı her hafta beş yeni yarışmacının katılımıyla Kadir Ezildiⁱⁱ'nin sunuculuğu ve moderatörlüğünde ekrana gelmektedir. <https://www.fox.com.tr/Temizlik-Benim-Isim/ekstra/37/Basvuru-Formu> internet adresinden gönüllü olarak yapılan başvurular arasından seçilen yarışmacıların her biri, kura ile belirlenen haftanın bir günü yarışmaktadır. Yarışma formatı, temizlikleri konusunda iddialı yarışmacıların oldukça kirli ve dağınık olan başkasına ait evleri dört saat içerisinde olabildiğince temiz ve düzenli hale getirmeye çalışmalarını konu edinmektedir. Her günün sonunda, o gün temizlik yapan kişinin temizliği, diğer yarışmacılar tarafından kontrol edilmekte, değerlendirilmekte ve Kadir Ezildi moderatörlüğünde açık puanlama sistemi ile puanlanmaktadır. Puanlar beş üzerinden verilmekte olup, yarışmacılar verdikleri puanı ve puanı verme sebebini diğer yarışmacılarla ve izleyicilerle paylaşmaktadır. Günün sonunda Kadir Ezildi de yarışmacı için on puan üzerinden olan oyunu gizli bir şekilde kullanmakta, bu oy yarışmacılarla ve izleyicilerle yalnızca final günü paylaşılmaktadır. Haftanın sonunda rakiplerinden ve Kadir Ezildi'den en yüksek puanı alan yarışmacı 10.000 TL'nin sahibi olmaktadır.

Kadir Ezildi, günün yarışmacısı ile birlikte temizlik yapmakta, bu esnada da yarışmacının kişisel hayatı, aile ilişkileri ve iş yaşamı gibi konularda yarışmacı ile sohbet etmektedir. Programda sunucu Kadir haricinde bir de 'dış ses' bulunmaktadır. Kamera önünde görünmeyen bu dış ses, Kadir ve günün yarışmacısı arasındaki diyaloglara katılmakta, zaman zaman sorular sormakta, kalan süreyi hatırlatmaktadır.

Günün yarışmacısı temizlik yaptığı esnada, diğer yarışmacılar iş yapış biçimini gözlemlemek ve ilerleyişini görmek amacıyla zaman zaman yarışmacıyı ziyaret etmektedir. Bu esnada yarışmacıya kalan süresini hatırlatmakta ya da temizlenen evde özellikle temiz olmasını istedikleri yerleri (örneğin duvarların, aspiratörün yağlarının ya da kalorifer peteklerinin içlerinin temizlenmesi vb.) belirtmektedirler. Çalışmanın tamamlandığı tarihte 190 bölüm yayınlanmış olan ve yapımcılığını Talya Prodüksiyon'un üstlendiği programın tekrar bölümlerine <https://www.fox.com.tr/Temizlik-Benim-Isim/izle> adresinden ulaşmak mümkündür.

Çalışmada analiz edilen bölümler, çalışmanın başladığı tarihteki en güncel 14 bölümdür. Amaçlı rastgele örnekleme yöntemiyle belirlenen örnekleme, sunucunun yarışma formatı üzerinde hakimiyet sağlaması, yarışmacıların ise önceki bölümlerden tecrübe kazanmaları ve bu sayede yarışmanın olabilecek en güncel haline kavuşması açısından tercih edilmiştir.

Analiz

Bu çalışmanın tamamlandığı tarihte yarışma 190 bölüm yayınlanmış olup, 190 yarışmacı yarışmıştır. Bu yarışmacılardan 178'i kadın, yalnızca 12 tanesi erkektir. Bir diğer deyişle yarışmada yarışmış olan erkeklerin oranı sadece %6.3'tür. Dolayısıyla yarışma, dikkat çekici bir çoğunlukta kadınların yarıştığı bir formattır. Bu oran, ev içi işlerden olan temizliğin kadına ait bir iş olduğu görüşünü pekiştirir niteliktedir. Bu çalışma için incelenen bölümlerin tümünde de kadınlar yarışmaktadır.

Yarışma dahilinde yarışmacılar, cam, duvar ve halı silme; mutfak dolaplarını, tezgahını, buzdolabını, kombiyi ve aspiratörü silme; duşakabin, küvet, lavabo ve tuvaletin temizlenmesi ve buna benzer işler yaparken görülmektedir. İzleyici karşısında temizlik yapma ve işi en iyi yapma baskısının yanı sıra, temizliğin dört saate sığdırılması zorunluluğu yarışmacılara fazladan psikolojik bir baskı yüklemektedir. Yarışmacı kadınların köpek dışkısı dolu bir küveti temizlemesi, hamam böcekleri dolu bir mutfağı temizlemesi ya da dışkı lekelerinden kararmış bir klozeti elleriyle temizlemesi gibi en iğrenç işleri yaparken resmedilmeleri, eril tahakkümün topluma verdiği, kadının 'aşağı ve bayağı' konumunu tescilleyen bir mesajdır. Nitekim Bourdieu (2015: 38), eril düzenin, iş bölümünün ve ritüellerinin rutin akışında kadınların bedenlerine kazınan bir takım sözsüz buyruklar olduğundan bahsetmektedir. Eril tahakküm, kadınların en asil işlerden dışlanmaları, iş bölümünde alt konumlarda görev almaları ve onlara en adi, zahmetli ve aşağı işlerin yaptırılması (tezeğin temizlenmesi, ağaçtan dökülen meyvelerin toplanması vb.) gibi dayatmalarda bulunmaktadır.

Ayrıca yarışmanın sunucusunun ve nihai karar vericisinin erkek olması, erkeklerin kadınların hayatında denetleyici ve üstün bir konumda olmasını ve kaderlerinde başat söz sahibi olmalarını temsil etmektedir. Görünmez bir ses olarak yarışmada varlık gösteren 'dış ses' ise bir anlatıcı olmaktan daha sembolik bir görev üstlenmektedir. Ataerkil toplum düzenine oldukça paralel söylemlerde bulunan 'dış ses' de tok bir erkek sesi olarak 'tanrısal' bir rol üstlenmekte ve kadınların üzerindeki erkek hegemonyasına 'ilahi' bir boyut kazandırmaktadır.

Evlilik ilişkileri söylemleri/kadınlık rolü

Yarışmanın sunucusu Kadir Ezildi, temizlik esnasında tüm yarışmacılara aile ve evlilik hayatı hakkında sorular sormakta ve yarışmacıların bu sorulara geniş çaplı cevap verebilmeleri için çoğunlukla yarışma için verilen süreyi duraklatmaktadır. Evli olan yarışmacılara mutlaka "eşinle nasıl tanıştın/evlendin?" sorusunu soran Ezildi, bu soruya cevap olarak genellikle ataerkil sistemin evlilik türlerinde yer alan 'kaçma' ve 'görücü usulü' cevaplarını almaktadır. 156. bölümde yarışan Büşra isimli yarışmacı, sunucu Kadir Ezildi ve 'dış ses' arasındaki konuşma şöyledir:

B: Biz 6 ay sevgili olduk.

K: Annelere ilk ne zaman söyledin?

B: Söylemedim ki, korktum. Kaçtım.

K: Niye annengillere demedin, belki verirlerdi?

B: Vermezler diye düşündüm. Cahillik. 18 yaşındaydım. Babamı aradım... "ben kaçtım" dedim. O da: "Ben zaten senin böyle bir şey yapacağını biliyordum" dedi.

K: Söyleseydiniz belki adam...

B: O fırsatı yaratmadım, keşke yaratsaydım... Babam kocamın amcasına "(kızım) eve gelsin, ben onunla konuşacağım, acaba siz zorla mı götürdünüz, kendi rızasıyla mı gitti?"

demiş. Kayınpederim demiş ki: “Ben eve getirmem, o artık bizim gelinimiz oldu. Geldi, etti. Bir restoranda konuşursunuz” demiş.

DS: Siz bu adamı elinizden kaçırmamak için mi acele ettiniz? Babanız söyleyeniz vermeyecek miydi?

B: O fırsatı yaratmadım, yoksa hani elimden kaçırırım diye bir korku yoktu.

Konuşmadan anlaşılacağı gibi yarışmacı eşiyile ‘kaçarak’ evlenmiştir. Genellikle evlilik için ailelerin rızasının alınmadığı durumlarda başvuru bu yöntemde, kadın kendi ailesinden habersizce müstakbel eşi ile anlaşmalı biçimde erkeğin akrabalarından birinin evine gider. Kadının ailesinin rızasını almadan, kendi istediği erkekle evlenmesinin bedeli ise pek çok şeyden vazgeçmektir. Bu durum neticesinde başta kendi ailesi ile gerginlikler yaşayan kadın, ailesi ile olan bağımsızlık sembolik olarak koparmaktadır. Bunun yanı sıra söz, nişan ve düğün merasimi, gelinlik giymek, altın takılar gibi esasen sembolik şiddet ögesi olan şeylerden feragat eden kadın, bu durumu hayatı boyunca bir ‘yoksunluk’ olarak taşımaktadır. Kısaca ‘kaçma’ eyleminde, kadının iradesini kullanması bir cezalandırmayı ve aşağılanmayı beraberinde getirmektedir. Bunun yanı sıra erkek için böyle bir vazgeçme ya da cezalandırma mekanizması işlememekte, aksine erkeğin akrabaları bu durumda erkeğe destek olmaktadır.

“K: Niye annengillere demedin, belki verirlerdi? B: Vermezler diye düşündüm.” şeklinde gerçekleşen diyalogda ‘verme’ olarak ifade edilen eylem, kadının evlilik ilişkileri içerisinde değişim değeri olan (alınan, verilen, takas edilen -berdel-) sembolik bir meta olmasını işaret etmektedir. Ataerkil sistemde kadın, her durumda bir erkeğin sahipliği ve hegemonyası altındadır. Dolayısıyla kiminle evleneceği gibi önemli bir konuda bile kararı ailenin erkeği vermektedir. Kararın olumlu olması durumunda ise, kadın başka bir aileye ‘verilmektedir’. Bu şekilde sembolik mallar ekonomisi dahilinde kadının ‘alış-verişi’ de yine erkekler tarafından yapılmaktadır.

“B: Babam kocamın amcasına (kızım) eve gelsin, ben onunla konuşacağım, acaba siz zorla mı götürdünüz, kendi rızasıyla mı gitti?” demiş. Kayınpederim demiş ki: ‘Ben eve getirmem, o artık bizim gelinimiz oldu. Geldi, etti. Bir restoranda konuşursunuz’ demiş.” şeklindeki ifadesinde Büşra’nın, ‘kaçtıktan’ sonra erkeğin ailesinin ‘gelini’ olması durumu, kadının bir meta olarak el değiştirdiğini ve hakkında karar verme iradesinin artık kayınpederine geçtiğini işaret etmektedir. Kadının üzerindeki hegemonya yok olmamakla birlikte yalnızca elden ele geçerek sürmektedir. Kadının sahipliğini elinde bulunduran erkek, onun kiminle görüşüp görüşmeyeceği dahil pek çok konuda mutlak söz sahibidir.

‘Dış ses’in “Siz bu adamı elinizden kaçırmamak için mi acele ettiniz? Babanız söyleyeniz vermeyecek miydi?” ifadesi, evliliğin ve erkeğin elden kaçırılmaması gereken bir ikramiye gibi sunulduğunu göstermektedir. Bu sayede kadının ömrü boyunca bir eş bulmayı hayal etmesi ve bulduğunda da bu değerli şeyi yitirmemesi gerektiği algısı işlenmektedir. Hegemonya, söylemler aracılığıyla erkeği arzulan, değerli bir konuma yerleştirirken kadını da doğal olarak bu arzunun pervanesi olarak resmedip aşağıya konumlamaktadır. Bir diğer yönden ise ‘dış ses’in iddia ettiği şekilde kadının sözde ‘kurnazlık’ yaparak evliliği elde etmiş olması, hakim bakış açısının kadınların doğasının üzerine attığı negatif özellikleri pekiştirir niteliktedir (Bourdieu, 2015: 46).

Yarışmacı Büşra, oldukça kirli bir koltuğu silerken ‘dış ses’ ile arasında geçen bir diyalog, “DS: Kaynananızın evine bir gidiyorsunuz koltuklar böyle? B: Kaynanamın 3 tane gelini var, bir zahmet pis olmasın evi.” şeklinde gelişmektedir. Bu diyalogda Büşra’nın gelinlerin kayınvalidelerinin evlerini doğal olarak temizleme zorunluluğu olduğu görüşünü taşıdığı gözlemlenmektedir. Bu durum ise Connell’in ‘ön plana

çıkartılmış kadınlığına' bir örnek olarak, kadınların erkek hegemonyasının devamlılığı için kendi cinsine yüklenen 'aşağı' işlere gönüllü olmasını ortaya koymaktadır.

157. bölüm yarışmacısı Gülhan'ın eşiyle tanışma hikayesinin arka planında yatan hikaye şu şekildedir: “*G: Eşim benim ikinci evliliğim. İki sene evli kaldım ilk evliliğimde. Çok çektim ama ciddi anlamda çektim. Eziyet yani... Çok da küçüktüm o zamanlar 18 yaşındaydım. Sağolsunlar (!) tek gelinleri olduğum halde sahip çıkamadılar bana. Koriyup kollayamadılar. İtelediler, kakaladılar. Kayınvalidemi benden soğuttular mesela, bir görümcelerim vardı... Onların yüzünden hasta oldum ya. Ekip oluyorlardı, grup kuruyorlardı... Eşimi, kayınvalidemi bana düşman etti görümcelerim. İnsan yerine koyulmadım ben. Çocuktum o zaman, ne aşkı, görücü usulü evlendim.*” İfadesinde Gülhan'ın 'gelin' olarak korunup, kollanmak, sahip çıkılmak isteği duyarak erkek hegemonyasını ve sembolik şiddeti gönüllü olarak talep ettiği görülmektedir. Bunun yanı sıra görümceleri tarafından vekaleten erkeklik uygulanmış Gülhan, bu durum sebebiyle sağlık sorunlarına varan bir psikolojik şiddet gördüğünü ifade etmektedir. Ataerkil sistemin evlilik yöntemlerinden biri olan 'görücü usulü' ile evlendiğini belirten Gülhan, evliliğinde kiminle evleneceği kararının yine ailenin erkeklerine bırakıldığı bir durumda kalarak iradesi yok sayılmıştır. Kısaca, hegemonik erkekliğin oldukça ince ve derine işlenmiş kodları, kadınları bilerek ya da bilmeyerek bu tahakkümün altına çekmektedir.

160. bölüm yarışmacısı Havva da görücü usulü ile evlendiğini ifade etmektedir:

H: Eşimle ben evlenmeden önce hiç konuşmadık. Ben onların evine gelinliğimle gelince konuştuk. Mahalleden tanıyorum ama hiç öyle...

K: ...Kim dedi sana 'akşam seni istemeye gelecekler' diye?

H: Kimse bir şey demedi. İstemeye geleceklerinden haberim vardı ama sorarlar diye bekledim ama nikah gününe kadar kimse sormadı... 'evleniyor musun?' diye.”

Aynı şekilde 170. Bölüm yarışmacısı Özlem de kendi evliliğinde kayınpederinin karar verici olduğunu şöyle ifade etmektedir: “*Ö: ...ben bir nişana gittim, orada kayınpederim görmüş beni, demiş 'ben bu kızı alacağım, kapıdan kovsa bacadan gireceğim'.*” Evlilik gibi önemli bir konuda fikri dahi alınmaya değer bulunmayan kadın, televizyon içerikleri tarafından ön plana çıkarılarak, tabiiyeti, teslimiyeti ve aidiyeti meşrulaştırılmaktadır.

Vekaleten erkeklik yapan 164. bölüm yarışmacısı Mürvet, bir kayınvalide olarak gelininin iş hayatına katılımı yönünden söz sahibi olduğunu düşünmekte ve bunu şöyle ifade etmektedir:

M: Gelinim laborant. Ama dedim ki 'ben çocuklarımı hep kilitleyerek büyüttüm (çalışmaya giderken evde yalnız bıraktığından bahsediyor). Ne olur azıcık bazı şeylerden biraz kıs, mutfaktan kıs, başka şeyden kıs, tasarruflu ol, bebeğini büyüt, annesiz büyümesin.

K: Yani sen dedin ki geline, 'sen çalışma evde çocuk büyüt. Yani oradan buradan tasarruf et ama ne olur çalışma.'

M: Evet 'çalışma, biraz büyüsün'...”

Ev işleri ve çocuk büyütme gibi işlerin kadınlık erdemi, iş yaşamında para kazanmanın ise erkeklik görevi olduğu ataerkil sistemde kadınların da bu erkek hegemonyasına, kadınların iş yaşamında profesyonelleşmesine ve nihayetinde erkeğe maddi olarak bağımlı olmamasına engel olarak destek verdiği görülmektedir.

166. bölüm yarışmacısı Melek ile sunucu arasında geçen diyalog şöyledir:

K: Sen düşününde oynadın mı?

M: Hiç oturmam ki Kadir.

K: O ne öyle, dünden hevesliymiş gibi?

M: Kaynanam yanıma gelip 'birazcık otur kızım' dedi.

Ataerkil toplum görüşüne göre kadının düğününde oynaması ve aşırı neşeli hal/tavrı olumsuz bir algı üretmektedir. Nitekim bu davranışlar, kadının istediği kişi ile mutlu bir evlilik yaptığı için, resmi olarak kadının iradesi ve rızasına işaret etmektedir. Kadının iradesi ise hegemonik erkeklik için yok sayılması gereken bir olgu olduğundan bu gibi sevinç gösterileri toplum tarafından hoş karşılanmamakta, (kına gecesi ritüellerinde olduğu gibi) kadının üzüntülü bir ruh halinde olması beklenmektedir.

168. bölüm yarışmacısı Zeycan, eşiyle tanışması, evlenmesi ve evlilik ilişkileri hakkında şunları söylemiştir:

"Yağmurlu bir gündü, çamur olmuş paçaları felan. Ben daha hiç bir şey bilmiyorum. Yanındaki arkadaşı, akrabası demiş ki 'bak, kadın olacak belli!' demiş. Ben onun pantolonunu yıkamışım hemen sobada kurutmuşum çamur oldu diye... Bir de çay yaptım onlara. Yanındaki akrabası: 'karı olacak sana belli, kimseyi arama işte sana kız' demiş. Bir böyle iki böyle annesini göndermiş bize. Ben de 'ben onun oğluna varmam, ben daha küçüğüm' felan diyorum. Ama benim rahmetli kaynanam da... illa beni alacak. Eşim de bahaneyle gidip geliyor sık sık. Analığım 'bunlar kışın bile domates yiyorlar' dedi. 'Yani rahat edersin, bir evin bir oğlu' dedi. Köylerde domates deyince büyük bir şey yemiş gibi oluyordu, önceden ne vardı? İşte 'bu, karı olur. Doğacak oğlak ...dan belli olur' diye bir atasözü var ya. Ya işte bizimkiler de istedi, babam, abim felan, dedim 'hadi (evleneyim)'... Ben vardım, bir ay sonra askere gitti, on iki ay da asker yolu bekledim. Kaynanam, görüncem, kaynım, kaynatam... Ben bir aylık gelinim, on liraya tarlalara nohut yılmaya, şeker pancarı sökmeye, rençberlik yapmaya gittim. Bir teneke una çalışmaya gidiyordum, eşim de askerdeydi. Dedim bu böyle olmaz. Askerden de geldi, burada (İstanbul'da) çalışmaya başladı. Çalıştı çalıştı kendi yemeye başladı. Para vermiyor, eve göndermiyor. Buraya da gelince iyice başına buyruk oldu. Benim de kızım doğdu, yine para göndermiyor. Rahmetli kaynatama dedim ki... 'emmi, kız aç, bize para versen de bir şeyler alsak'. 'Ben, elin çocuğuna mı bakacam?! Kocan orda tek başına yesin (yiyor), ben burada bir sürü boğaza bakıyorum!' dedi. O zaman çocuktuk, cahildik, böyle akıl nerde?... Sonra dediler 'İstanbul'a seni de götürsün.' Eşime dedim ki: 'Bana burada bir şey vermiyorlar, bir teneke un için tarlalara gidiyorum, benim artık zoruma geliyor. Ya beni de götür ya da sen de gel rençberlik yapalım'. Eşim kendini ezmez. Tamam dedi ben sizi götüreceğim. Oradan bizi buraya getirdi eşim... İstanbul'un karıları öğlen on ikiye kadar yatıyormuş, 'ben niye sabahın beşinde tarlada çalışacakmışım' dedim... Ben memlekette de çok zorluktan geçtim. Ben gerçekten 'karıydım' ya... Kaynanam, kaynatam, kaynım, 'hep beraber gideriz yoksa gidemezsin İstanbul'a' dediler. Bir şey de diyemiyorsun, o zaman saygı vardı. Aynı sofrada yiyemiyordun, kapı arkalarında ağzını göstermeden yiyordun. Öyle nerede bacak bacak üstüne atayım da... O zaman saygı vardı. Eşine 'al sana çay koydum, iç' diyemiyordun. Çocuğunu ağlasa bile emziremiyordun. Sobalı odadan gidip, öbür soğuk odada emziriyordun. O zaman saygı vardı. Kaynanam kaynatam yatsın da af edersin ben de gideyim eşim diyeyim, yatayım. (Kayınvalide ve kayınpederin) ellerini ayaklarını yıka her akşam, onlar yatandan sonra git yat.

K: Ayaklarını mı yıkıyordun her akşam?!

Z: Evet öyleydi eskiden.

K: Yani şimdikiler de diyorlar ki 'biz geliniz!'"

Çocukluğu ve gençliği köyde geçen Zeycan, küçük yaşta oldukça zor işler yapabildiğini gururla anlatmaktadır. Söylemi içerisinde pek çok kez eşinin arkadaşının kendisi için söylediği "karı/kadın olacak bu, belli" sözünü bir övgü olarak tekrarlamakta

ve bundan onur duyduğunu belli etmektedir. Eşinin arkadaşının bu yargıya varmasındaki temel sebep ise Zeycan'ın kendilerine sunduğu temizlik ve çay ikramı hizmetidir. Yani kadının erkeğe yaptığı hizmet, onu daha “kadınsı” yapmaktadır. “‘Kadınsı’ olmak, esas itibarıyla, erilliğin işaretleri gibi işlev görebilecek her türlü özellik ve pratikten kaçınmak anlamına gelir...” (Bourdieu, 2015: 125). Dolayısıyla Zeycan, “kadınlığı” ile övünürken aslında hegemonik erkekliğin ona dayattığı en aşağı işleri en iyi şekilde yaptığını ifade edip, ‘ön plana çıkarılmış’ bir kadın olarak ekran başındaki kadınlara rol model olmaktadır. Zeycan, evliliğinin ilk yıllarında eşinden kaynaklı yaşadığı zorlukların yanı sıra ilerleyen yıllarda da hegemonik erkeklik ve onunla bağlantılı aile ilişkileri içerisinde de oldukça yıprandığından bahsetmektedir. Eşinin, kendisini bir meta gibi edindikten sonra ailesine hizmet etmek ve çocuk doğurup bakmak amacıyla yıllarca Zeycan'ı yalnız bıraktığı görülmektedir. Bu biteviye ve aşağılayıcı hizmetler, ataerkil toplumsal yapı içerisinde ‘saygı’ ismiyle meşrulaştırılmakta ve kadının eşitlik talebine daha en başından toplumsal bir marjinalite etiketi yapılandırılmaktadır. Çocuğunu emzirmek, yemek yemek, eş ile vakit geçirmek gibi en temel ihtiyaçlar ve haklar bile ‘saygısızlık’ olarak adlandırılmakta ve kadının yaşam alanı tümünden elinden alınıp adeta yok olması istenmektedir. Nitekim Bourdieu da (2015: 43), kadınların bir tür ‘ufalma’ sanatı icra ettiklerini belirterek, bir nevi görünmez hapis niteliğindeki bu kuşatmanın kadının bedensel alanını ve yer değiştirmesini kısıtladığından bahsetmektedir. Sunucu Kadir ise, Zeycan'ın her gün kayınvalidesinin ve kayınpederinin ayaklarını yıkamasını takdirle karşılamakta ve günümüz gelinlerinin bunu yapmamasına kınama ile yaklaşmaktadır. Bu bağlamda ‘saygı’ gibi cinsiyetsiz ve kültürel bir olgu eril tahakkümün bir ögesi olarak konumlandırılıp erkeğin hegemonyasını yüceltmek için kullanılmaktadır.

169. bölüm yarışmacısı Feride de Zeycan gibi ‘saygı’ kavramının kurbanı olarak, kendisine daha önce de psikolojik şiddet uygulayan eşi ile aile baskısı neticesinde barıştırılmıştır:

“F: Aile toplandı, dedi ki: ‘Hadi barışın eşinle’. Onlara saygıdan dolayı, kırmamak adına barıştım. Ben o dönem çok büyük bir depresyon yaşadım. Zamanı hiç hatırlamıyorum. Ablama sordum ‘ben ne kadar barışık kaldım?’ diye, dedi ki ‘6 ay filan gibi’. Ben hiç hatırlamıyorum o dönemi. Eşim de beni terk ederken benim yufka tezgahımı çalıp götürmüş...” Oldukça büyük maddi zorluklar yaşayan ve biri engelli iki çocuğu olan Feride, yaşadığı psikolojik şiddet sebebiyle eşinden ayrılmış fakat aile ısrarı ile yeniden barışmıştır. Akabinde kendisinde psikolojik hasarlar oluşturacak biçimde yeniden bir ayrılık yaşamıştır. Bu psikolojik hasarların sorumluluğu ise ‘saygı’ adı altındaki ataerkil düzen ve uzantısı olan eril tahakkümden başkası değildir. Tahakkümün akrabalık ilişkileri ve buna benzer ilişki türleri içerisine inşa ettiği saygı ve duygusal fedakarlık gibi deneyimler, toplumsallaşmış kadın bedeninde, biçimsel özgürlüklerinden bağımsız olarak, kalıcı ve kendi istese dahi kurtulamayacağı bir yere sahiptir (Bourdieu, 2015: 54-55).

Maddi ve sembolik sermaye/sembolik şiddet

Kadını sembolik sermaye haline getiren kaçma ya da görücü usulü gibi evlilik türlerinin ve bunlara bağlı ilişkilerin sıklıkla ekranda görülmesi bu yöntemlerin ve ilişki biçimlerinin normalleşerek toplumun hayatında doğal bir yer edinmesini ve meşrulaşmasını sağlamaktadır. Kadının özgür bir birey olarak evleneceği insanı seçmesinin önüne dolaylı yoldan geçerek ve/fakat bunu kadının yararına gibi bir algıyla sunarak kadına sembolik şiddet uygulanmaktadır.

Türk kültüründe en sık uygulanan sembolik şiddet türlerinden biri, kadını bir sembolik sermaye vitrini olarak konumlandıran ve evlilik ilişkileri içerisinde erkek ve ailesi tarafından hediye edilen altın takılardır. Bu takılar erkeğin ailesinin topluma karşı maddi gövde gösterisi olmasının yanı sıra takıların fazlalığı ailenin toplum içerisindeki manevi konumuna da (şeref, onur gibi) katkıda bulunmaktadır. Kadının ailesinin, erkeğin ailesinden düğünden önce kızları için belirledikleri ya da kadının kendi belirlediği bir miktarda altın talep etmeleri de oldukça yaygındır. Bu sayede, kadın kendisi ve ailesi tarafından bile değişim değeri biçilebilecek bir meta konumuna geriletilmektedir. Kadın ise kendisine hediye edilen takıları taşıırken aslında boyun eğdiği hegemonyanın bir nişanesini taşımaktadır. Nitekim Bourdieu'nun bahsettiği (2015: 56) söz konusu "sembolik güç, ona maruz kalanların katkısı olmaksızın hayata geçirilemez ve onların bu güce maruz kalmalarının sebebi de onu bu şekilde inşa etmiş olmalarıdır." Tamamen hegemonik erkekliği beslemeye yönelik bir gelenek olan 'takı', kadınlara uygulanan sembolik şiddetin en yaygınlarından biridir.

165. bölüm yarışmacısı Hicran ve Kadir arasında geçen konuşma şu şekildedir:

DS: Boşnaklarda takı çok önemliymiş.

K: Sen köstek möstek taktın mı?

H: Yok takmadım, o kadar durumları iyi değildi kaynanamların.

K: Siz çünkü altınsız asla düğün yapmazsınız.

H: ...altınlarım yok çok fazla.

K: Kaç tane bilezik taktı(lar)?

H: 4'tü galiba.

K: Elinde olmayınca ne yapıcak? Bence erken evlenmiş ya, gözü çok açık değilmiş. Şimdi evlense... şimdi istese de takamaz, altın pahalı... Annen istedi mi peki? Dedi mi 'ben şu kadar altın istiyorum?'

H: Yok, annem istemez öyle. Ne varsa o...

K: Süt hakkı filan istedi mi annen?

H: Yok canım, ne süt hakkı? Süt hakkı mı kalmış?

K: Hep bedavaya gitmişsin sen! Safım benim! Yemin ediyorum kocanın amcasının kızı seni kandırmış.

H: Sevgi olsun Kadir, sevgi.

K: Tamam sevgi olsun da, yani altın da olsun, bir kere evleniyoruz. Neyse inşallah senin gibi bir safını da ben bulurum da yaptıklarım yanıma kâr kalır. Düğün konusunda saf çıktın.

H: Evet ama ayrı ev istedim. Onda saf çıkmadım. Ev olmazsa evlenmem dedim.

Sembolik mallar piyasasında kadınlara 'takılan takı', erkeğin ve ailesinin mal beyanatının toplum nezdinde makul görünümdeki bir yoludur. Konuşmadan anlaşılacağı gibi sunucu Kadir, takı konusunda Hicran'a sorular sorarak eşinin ailesi nazarında Hicran'a -tabir-i caizse- verilen değeri görmek istemektedir. Takı miktarının az olması ise Kadir'i şaşırtmış, bu durumu 'Hicran'ın saflığı' olarak nitelemiştir. Buradan, "akıllı (!)" bir kadının kendine daha yüksek bir değer biçebileceği dolayısıyla bir meta olarak değişim değerinin belirlenmesinde kendisinin de rol oynayabileceği anlamı çıkmaktadır.

'Süt hakkı' ya da 'başlık parası' gibi kadını alınıp satılabilen, karşılığında maddi kazanım elde edilebilen bir meta gibi konumlandıran gelenekler de programda yer almaktadır. Sunucu Kadir'in Hicran'ın annesinin evlenmeden önce 'süt hakkı' istememesinden ötürü 'bedavaya gittiği' yönündeki yorumu, kadınının hem sembolik hem de maddi bir sermaye aracı halinde sunulduğunu ve normalleştirildiğini

göstermektedir. Ayrıca kendi evleneceği kadının da altın istememesi yani ‘saf olmasını’ dileyen Kadir, düğünü için aldığı altınların da kendisine kalmasını temenni etmektedir.

Programda kadının maddi ve sembolik sermaye olarak sunulup sembolik şiddete maruz bırakılmasındaki en önemli etken sunucu Kadir’in söylemleridir. Sık sık gelecekte evleneceği kadın için altın yatırımı yaptığını dile getiren Kadir, bununla ilgili bir gereklilik mesajı vermektedir.

162. bölümde Kadir, komşu ve dış ses arasında geçen konuşma şöyledir:

K: 25 yaşımdayım, 28 yaşında evleneceğim, altın yapıyorum. Düğün için altın lazım.

Komşu: Belki 10-15 tane bilezik ister.

K: Babasının evinde mi görmüş 15 tane?! 10-15 taneyi ben nasıl yapayım bu devirde?

DS: Sen eleştiriyorsun da belki gelin kızımız daha fazlasını isteyecek?

K: Ben 9 taneyi ortaya koydum, şu anda 9 tane. Yani 10-11 tane de olabilir. Bana mı geliyor bileziğe mi?!

Konuşmadan anlaşılacağı üzere evlenmek için adaydan bile öncelikli gerekliliğin altın olduğu vurgulanmaktadır. Böylece kadına uygulanan sembolik şiddet, kadının varlığından bile önce ortaya çıkmaktadır. Bunun yanı sıra “babasının evinde mi görmüş?” ifadesi de yine erkek hegemonyasına işaret etmektedir. Kadının kendi başına bir başarı ya da kazanım elde edemeyeceğini, ‘görüp’ elde edebileceği şeyleri ise her hâlükârda bir erkek himayesinde deneyimleyebileceğini (sahiplik değil, ‘deneyimleme’ hegemonik erkeklik için daha uygundur) ortaya konmaktadır.

164. bölümde sunucu Kadir, eşinden boşanmış olan yarışmacı Mürvet’i ikinci evlilik yapması için teşvik etmektedir:

K: Kız belki (evleneceğin kişi) Almanya emeklisi çıkar. Hem Türkiye’den emekli, hem Almanya’dan emekli. Sadece Türkiye emeklisiyle geçinilmez ki, Almanya emeklisi de olsun. Çift maaş, Euro hesabı. İkinci evlilik her zaman mantık evliliği olmalı. Öyle ‘seni seviyorum’, ‘aşkım’ filan yok!

Yarışmacıya gelecekteki eşi için hayali bir profil yaratan Kadir, bu kişinin zengin olması gerektiğini, aşkın ikinci planda, paranın ise birinci planda olması gerektiğini anlatmaktadır. Böylece kadın, doğal olarak erkeğin maddi ve sembolik sermayesine dahil olan bir nesne konumuna getirilmektedir. Kadına ait bir emekten elde edilen kazancın gereksizliği ortaya koyulup, kadının erkeğe maddi bağımlılığı meşrulaştırılmaktadır.

Erkeklik rolü

Ataerkil toplumun mevcut erkeklik rolleri bu yarışmada da sıklıkla izleyicilere sunulurken pekiştirilmektedir. Yarışma dahilinde erkeklik rollerinin pekişmesindeki en önemli etmenlerden birisi ise ‘dış ses’in söylemleri olarak dikkat çekmektedir.

160. bölüm yarışmacısı Havva, Kadir ve dış ses arasında geçen konuşma şöyledir:

K: Havva’nın birazcık gözü açık yani... ticari kafası var.

H: Biraz yönetici ruhluym. Yani kazancın nereden geleceğini planlayarak... Eşime saygısızlıktan değil, eşim de becerir ama ben daha iyi beceririm.

K: Senin gözün biraz daha açık.

DS: Biz durumu anladık, anlaşılın eşiniz yanmış.

H: Hayır çok sever.

K: Bence çok şanslı, eşi bu kadar zeki olan adamın sırtı yere gelmez.

DS: Ben sevmem öyle.

K: (Dış ses için) bu şimdi (eşi) benden (kendinden) fazla kazanırsa sesi fazla çıkar diye öyle söylüyor.

H: Asla eşime onu yansıtmam.

Yarışmacı Havva, maddi ve manevi olarak sıkıntılı dönemlerden geçmiş fakat şu anda profesyonel olarak temizlik işçisi olarak çalışıp ailesinin geçiminde başat rol oynamaktadır. Ev ekonomisinde eşinden daha büyük bir paya sahip olması ise ataerkil toplumun erkeklik rolleri ile çakıştığından hem Havva bu duruma bir açıklama yapma gereksinimi duymakta, hem de ‘dış ses’ durumu garipsemektedir. Havva’nın, “*eşime saygısızlıktan değil...*” ifadesinde görülebileceği gibi, bir kadın olarak kendisinin eşinden fazla kazanmasının ‘saygısızlık’ olarak algılanabileceğini düşünmektedir. Mevcut erkeklik rolleri erkeğin kadından daha fazla kazanması gerektiği üzerine olup, kadının daha fazla kazandığı durumlar erkeği hegemonik erkeklik bağlamında ikincil konuma itmektedir. Nitekim bu konudaki ampirik bir çalışma da konuya erkeklerin tarafından bakarken, erkeklerin yaptıkları ev dışı işlerde ne kadar fazla emek harcadıkları ve fedakarlık yaptıkları ile övünürken aslında toplumsal rollerini yeniden teyit etmekte olduklarını ortaya koymaktadır (Pleck’ten akt. Carrigan, 1985: 571). ‘Dış ses’ bunu destekler biçimde, kadının daha fazla kazandığı bu duruma “*anlaşılan eşiniz yanmış*” yorumunu yaparak erkeğin, eşinden az kazandığı bir aileyi korkunç bir tablo gibi resmetmektedir. Kadir ise, ‘dış ses’ hakkında “*bu şimdi benden fazla kazanırsa sesi fazla çıkar diye öyle söylüyor.*” söylemi ile ailede ‘baskın sesin’ yani otoritenin erkekte olmasının varsayıldığı hegemonyayı doğrulamaktadır. Yarışmacı Havva ise böyle bir durumda bunu yani otoritenin kendi eline geçmesini kabul etmeyeceğini, her durumda ev içi hegemonyada eşinin üstün olduğu bir sisteme boyun eğeceğini gönüllülükle dile getirmektedir. Böylece Connell’in bahsettiği ‘ön plana çıkarılmış kadınlık’ kavramı da bu konuşma üzerinden oldukça başarılı şekilde ekranda yer bulmaktadır.

Yine 160. bölümde ‘dış ses’ ve Kadir arasında evin çok pis olması üzerine gelişen diyalog şöyledir:

DS: Bir süpürge tutmak çok mu zor?

K: Zor demek ki...

DS: Valla ben bir erkek olarak daha temizim. Kaşla göz arasında kendime pay çıkardım.

K: Arada sen de eşini denetle evde. Sen şimdi burada işleri öğrendin ya... eve gidip eşinin işini de denetliyorsundur.

DS: Denetliyorum tabii.

‘Dış ses’ evine temizlik için gidilen kadının çok pis olduğuna vurgu yaparak bir ‘erkek’ olarak kendisinin daha temiz olduğundan bahsetmektedir. Bu söylem, kadınların doğal olarak erkeklerden daha temiz olması gerektiğini vurgulayarak, temizlik işlerinin aslen kadının işi olduğunun altını çizmektedir. Buna rağmen yine de kendisinin daha temiz olduğunu vurgulaması, erkeğin her hâlükârda kadından üstün ve daha yetenekli olduğunu işaret etmektedir. Bunun yanı sıra Kadir’in ‘dış ses’e eşini denetlemesini salık vermesi ve ‘dış ses’in halihazırda bunu yaptığını söylemesi, erkeğin üstün bir bakışa sahip olduğunu ve denetlemeye muktedirliğini meşrulaştırmaktadır.

163. bölümde ise erkeğin temizlik yapmasını dehşet verici, korkunç bir durum gibi resmeden ‘dış ses’ bunu oldukça dikkat çekici biçimde dile getirmektedir:

H: Evde temizliği tek başıma yapmam. Çağırırım eşimi.

DS: Duymuyor musun Kadir, temizliği eşine yaptırıyormuş!

H: Evet arada yaptırıyorum.

K: Cam mam sildiriyor musun?

H: Gerekirse silecek.

DS: Hiyyy ayy!!!

163. bölüm yarışmacısı Hasibe de ev işlerini eşiyle paylaştığını söylemesi üzerine ‘dış ses’ aşırı tepkiler vermektedir. Program içerisinde bir strateji olarak, eril tahakküme uymayan söylemlerde bulunan yarışmacılar genellikle şaşkınlık ve kınama içeren ifadelerle karşılanmaktadır. Böylece izleyicinin kafasında oluşacak soru işaretleri de anında ortadan kaldırılmakta, eril tahakkümün aksine bir algıya asla müsaade edilmemektedir.

Sunucu Kadir, 166. bölüm yarışmacısı Melek’e yönelik şöyle söylemektedir: “*K: Melek yönetilmekten nefret ediyor, biri Melek’i yönetemez. Artık eşin nasıl yapıyor bilmiyorum... Akşam kocan diyecek ki ‘6 yıllık kocam ben seni yönetemiyorum, 2 dakikalık Kadir mi yönetti?’ Yani benim karım öyle bir şey yapsa kavga çıkar akşama.*” Bu söylemiyle Kadir, kadınların eşleri tarafından yönetilmesini bir kadınlık ve erkeklik rolü olarak doğallaştırmakta ve kendi ilişkisi üzerinden örnek vererek böyle bir durum için rol model olmaktadır. Erkeğin kadını yönetmediği bir durumu ise hayretle karşılayarak, toplum için bu durumun mümkün olamayacağı mesajını vermektedir.

170. bölüm yarışmacısı Özlem, eşini anlatırken şu ifadeleri kullanmaktadır:

Ö: Eşim (evde) yardım ediyor. Yani çarşım, manavım, pazarım her şeyim ona ait. Çok düşüncelidir, o kadar düşüncelidir ki.... İşten gelir, dolabımı açar, bakar şunlar eksik, direkt gider bana söylemez, her şeyimi halleder...

K: İdeal eş. Her şeyi ben söyledikten sonra ne anlamı var.

Özlem’in “*çarşım, manavım, her şeyim* (ev alışverişi), *dolabım*” ifadeleri dikkat çekicidir. Nitekim ‘ön plana çıkarılmış’ bir kadın olarak Özlem, çarşı, manav, buzdolabı gibi eve dair (yemek, temizlik, ailenin bakımı vs.) işleri benimsemiştir ve bunun kendi sorumluluğuna dahil bir iş olduğunu bu kelimelerin sonuna getirdiği iyelik eki ile ortaya koymaktadır. Bu bağlamda kadın ev içi rollerde, erkek ise ev dışı (alışveriş gibi) rollerde resmedilmekte ve bu durum erkeğin “düşünceli” ve “ideal eş” olması gibi ifadelerle övülmektedir. Nitekim erkeğin, alışveriş listesi hazırlanması ya da evin eksiklerinin tespit edilmesi gibi ‘önemsiz’ bir iş için enerji harcaması bile onu övgüye layık bir konuma taşımaktadır. Özlem’in ve Kadir’in övgüyle bahsettikleri durum açıkça sembolik şiddete bir örnektir.

Erkeklerin ev işlerine ‘yardım etmesi’ ifadesi tıpkı kadınların iki soyadı kullanmaları gibi (Yaraman, t.y.: 9) erkeğin iktidarını pekiştiren bir durumdur. Ev işlerinde ‘yardım’, asıl işi yapan kişiye onu desteklemek amacıyla o kişiden daha az emek harcayacak biçimde yapılan katkı anlamına gelmektedir. Kısaca, erkeğin kadına ev işlerinde ‘yardım etmesi’ ifadesi aslında işin sorumluluğunun kadında olduğunun ön kabulünü barındırmaktadır.

Sonuç

Eril tahakküm, tıpkı bir saat gibi aksamadan işleyebilmesi için toplumsal cinsiyet rollerine ihtiyaç duymaktadır. Nitekim bu roller, kadınlara ve erkeklere ev içerisinde ve kamusal alanlarda nasıl davranılması ve hatta düşünülmesi gerektiği pratiğini kazandırarak toplumu eril tahakküm çerçevesinde inşa etmektedir. Kadına dair sıcak, şefkatli, nezaketli, yumuşak gibi roller ön plana çıkartılırken erkek için güçlü, analitik düşünebilen, cesur, dayanıklı, üretken roller söz konusudur.

Toplumsal cinsiyet rolleri ekseninde kadına atfedilen ikinci cinslik, kadının gönüllü olarak kabul ettiği bir sembolik şiddeti doğurmaktadır. Sembolik şiddet, kadınların

güçsüz, zayıf, muhtaç ve değişim değeri olan bir meta olduğu varsayımına dayanarak, kadınların erkeklerin tahakkümüne ihtiyaç duymalarını meşrulaştırmaktadır. Kadınlar ise fiziksel şiddete dayanmayan fakat kendilerini eril tahakkümün boyunduruğuna zorlayan bu şiddet türünü reddetmek şöyle dursun, yoksunluğu durumunda eksiklik duymaktadırlar.

Eril tahakkümün yeniden üretiminde hegemonik erkekliğin de oldukça büyük katkısı söz konusudur. Belirli tür erkekliklerin ve kadınlıkların ön plana çıkartılması ile erkek hegemonyası yüceltilmekte ve devamlılığı sağlanmaktadır. Hegemonik erkekliğin ince ve derine işlenmiş kodları, kadınları gönüllü olarak bu hegemonyanın altına çekmektedir. ‘Ön plana çıkarılmış kadınlık’ ise sembolik şiddet ile bağlantılı ve benzer olarak gönüllü bir hegemonya kabulünü barındırmaktadır. Kadınlar kendilerine ve hemcinslerine kendi aşağı oluşlarını sayısız yolla her gün defalarca tasdik etmektedirler.

Özellikle televizyon gibi kolay ulaşılabilir bir medya aracı sayesinde diziler, sabah programları, haberler, yarışma programları gibi pek çok format, kadın ve erkek rolleri hakkında topluma önemli miktarda malzeme sağlamaktadır. Toplumsal cinsiyet rollerinin, kadınları şefkatli, fedakâr, cefakâr gibi resmetmesinin yanı sıra olumsuz roller çerçevesinde baştan çıkarıcı, kavgacı, geveze, adaletsiz, kıskanç, güçsüz ve dayanıksız gibi etiketlemesi yaygındır. Özellikle medya ürünleri aracılığıyla bu roller pekiştirilmekte ve üzerinde toplumsal mutabakat sağlanmaktadır. Bu bağlamda bir medya ürünü olarak Fox TV’de yayınlanan *Temizlik Benim İşim* isimli yarışmada, toplumsal cinsiyet rolleri aracılığıyla, eril tahakkümün, sembolik şiddetin, hegemonik erkekliğin ve ‘ön plana çıkarılmış kadınlığın’ nasıl işlendiği bu çalışmanın araştırma konusunu oluşturmaktadır.

Yarışma dahilinde kadınların köpek dışkısı temizleme, dışkıdan kararmış bir klozetin içine elini sokarak ovalama, böcek dolu bir mutfağı temizleme gibi oldukça pis ve bayağı işler içerisinde gösterilmesi ve kadının aşağı bir konumda resmedilmesi, izleyiciye kadının toplum içerisindeki konumu ile ilgili bir mesaj vermektedir. Ayrıca yarışmanın nihai karar verici sunucusu ile ‘dış ses’in erkek olması da erkeğin kadın üzerindeki söz hakkının ve denetim gücünün erkekte olduğunu destekler nitelikte bir seçimdir. Sunucu Kadir ve ‘dış ses’, yarışma esnasında sık sık eril tahakküm barındıran söylemlerde bulunmakta ve bu söylemlere ters düşen yarışmacı ifadelerini derhal kınayarak ya da dehşetli bir şaşkınlıkla karşılık vererek izleyici algısını daima eril tahakkümden yana inşa etmektedir. Kadınların bir yandan –kadınlara mecbur kılınmış olan ev işlerinin bir sağlaması olarak- kameralar karşısında temizlik yaparken, diğer yandan ‘ön plana çıkarılmış kadınlar’ olarak toplumsal cinsiyet kalıplarının şekillenmesine katkıda bulunmaktadırlar.

Yarışmanın on beş bölümünün eleştirel söylem analizi ile incelenen söylemlerinde üç alt grup ortaya çıkmıştır. Bunlar, “evlilik ilişkileri söylemleri/kadınlık rolü”, “maddi ve sembolik sermaye/sembolik şiddet” ve “erkeklik rolü” olarak belirlenmiştir.

“Evlilik ilişkileri söylemleri/kadınlık rolü” alt grubunda kadın, evlilik gibi önemli bir konuda iradesi yok sayılan, değişim değeri olan (alınabilen, verilebilen, takas edilebilen), bir eş bulmayı arzuya bekleyen, erkek tarafından sahip çıkılma, korunup kollanma ihtiyacı duyan, kaynana/görümce ilişkileri içerisinde sembolik ve psikolojik şiddete razı olan, eşinin ve eşinin ailesinin temizlik, yemek ve hatta kişisel bakımları gibi ihtiyaçlarını gidermek zorunda olan durumlarda sunulmaktadır. Bu sunumlar ise kadınların ‘önemsiz, değersiz, rasyonel düşünemeyen, güçsüz, zayıf, boyun eğen’ rollerinde resmedilmesine yol açmaktadır.

“Maddi ve sembolik sermaye/sembolik şiddet” alt grubunda kadınların, çoğunlukla ‘takı’ üzerinden erkeğin sembolik ve maddi sermayesini topluma beyan edebileceği bir

vitrin olarak kabul edildikleri gözlemlenmiştir. Bunun yanı sıra kadının kişiliği, emeği ve duyguları da erkeğin maddi sermayesinin yanında görünmez hale getirilerek kadının hegemonya tarafından tabii kılınışı meşrulaştırılmaktadır.

“Erkeklik rolü” isimli alt grupta ise evlilik ve kamusal ilişkiler ekseninde erkeğin ‘yöneten, denetleyen, güçlü, muktedir ve ev içi işlerle kesinlikle ilgilenmemesi gereken’ şeklindeki rollerde sunulması söz konusudur.

Bunların yanı sıra her gün yarışma sonunda yapılan açık oylama esnasında mutlaka yarışmacı kadınlar arasında adaletsiz puanlama yapıldığı gerekçesi ile sesler yükselmekte, gerginlik yaşanmakta ve kadınlar birbirlerini adil olmamakla suçlamaktadırlar. Bu durum, kadınlar üzerinde olumsuz rollerin oluşmasına ve halihazırda kadınlara atfedilen ‘kavgacı, adaletsiz, geveze’ gibi rollerin toplum nezdinde pekişmesini sağlamaktadır.

Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğunda ‘ön plana çıkarılan kadınlar’ olarak yarışmacılar, sembolik şiddet, hegemonik erkeklik ve eril tahakkümün üretimi ve yeniden üretimi bağlamında birer rol model teşkil etmektedirler. Gerek yarışma içerisinde kadınların resmedilişleri gerekse söylemleri kadının ikinci cinsliğini defalara tescillemektedir. Bu bağlamda yarışma sunucusu Kadir ve ‘dış ses’ birer otorite figürü olarak erkek hegemonyasını temsil etmekte ve kadınların eril tahakküme tabii hikayelerini ön plana çıkartarak kadının tabiiyetinin doğallaştırılmasına ve meşrulaştırılmasına yol açmaktadır.

ⁱ Sembolik sermayeyi pek çok yerde kısaca ‘şeref’ olarak özetleyen Bourdieu, kadınların, erkeklerin sahip olduğu sembolik sermayelerinin üretimi, yeniden üretimi ve artırılması noktasında birer araç olarak konumlandırıldığını ortaya koymaktadır. Buna göre, kadınlar akrabalık ve evlilik ilişkileri gibi toplumsal inşa süreçlerinde erkekler arası bir mübadele nesnesi gibi işlev görerek, erkeklerin çıkarlarına yönelik bu sembolik sermayeye katkı sunma görevini taşıyan semboller olarak var olmaktadır (Bourdieu, 2015: 59-60). Sembolik sermaye özetle erkeğe ait olan ve anlamı erkekler tarafından belirlenen, erkeğin tahakkümünü yücelten, hiyerarşiyi belirleyen manevi bir sermaye türüdür.

ⁱⁱ Asıl mesleği hastane arşivi görevliliği olan Ezildi, sosyal medyada yaptığı eğlenceli paylaşımlarıyla fenomen olmuş, ardından TLC isimli TV kanalındaki ‘Temizlik Avcıları’ ve akabinde FOX TV kanalındaki ‘Temzilik Benim İşim’ isimli yarışmalar ile de ulusal kanallarda ismini duyurmuştur. <https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/televizyon/temizlik-benim-isim-sunucusu-kadir-ezildi-kimdir-41493389> (Erişim tarihi: 20.02.2021)

Kaynakça

- Barker, Chris ve Galasinski, Dariusz (2001) *Cultural Studies And Discourse Analysis: A Dialogue On Language And Identity*. London: Sage.
- Baştürk Akça, Emel ve Ergül, Seda (2014) Televizyon Dizilerinde Erkeklik Temsili: Kuzey Güney Dizisinde Hegemonik Erkeklik ve Farklı Erkekliklerin Mücadelesi. *Global Media Journal: TR Edition*, 4(8): 13-39.
- Bourdieu, Pierre (2015) *Eril Tahkküm*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Carrigan, Tim, Connell, Bob ve Lee, John (1985) Toward a New Sociology of Masculinity. *Theory and Society*, 14(5): 551-604.
- Connell, Robert William (1998) *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar: Toplum, Kişi ve Cinsel Politika*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çelenk, Sevilay (2005) *Televizyon Temsil Kültür*. İstanbul: Ütopya Yayınevi.
- Çelik, Hilal ve Ekşi, Halil (2013) Söylem Analizi. *Marmara University Atatürk Education Faculty Journal of Educational Sciences*, 27(27): 99-117.

- Demir, Sevim Atila ve Nam, Dilek (2019) Evlilik Yolu ile Edinilen Kimliklerin Toplumsal Cinsiyet Rollerini Yeniden Üretmeye Etkisi: “Gelin”-“Görümce” Kimliği Örneği. *Akdeniz Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Dergisi*, 2(1): 67-92.
- Ersoy Çak, Şeyma (2010) Toplumsal Cinsiyet ve Feminizm Teorileri Bağlamında Türkiye’deki Reklam Filmleri ve Popüler Müzik Videoları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 4: 101-110.
- Hall, Stuart, Evans, Jessica ve Nixon, Sean (2013) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Londra: SAGE Publications Ltd.
- Horrocks, Roger (1994) *Masculinity In Crisis*, New York: St. Martin's Press.
- Karaduman, Sibel (2017) Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Televizyon Programlarında Yeniden Üretimi: “Gelin Evi” Örneği. *İletişimde Güncel Yaklaşımlar*, Ed. Ömer Kürşad Tüfekçi, ss. 35-50. Mauritius: Lap Lambert Academic Publishing.
- Karaduman, Sibel ve Adalı Aydın, Gülten (2017) Hegemonik Erkekliğin Medyadaki İnşası ve Temsili: Survivor 2017 Program İncelemesi. *Middle Black Sea Journal of Communication Studies*, 2(2): 26-40.
- Levy, Donald P. (2007) Hegemonic Masculinity. *The Blackwell Encyclopedia Of Sociology*. Ed. George Ritzer, ss. 2099-2101. Malden: Blackwell Publishing.
- Özbay, Cenk (2013) Türkiye’de Hegemonik Erkekliği Aramak. *Doğu Batı*, 63: 185-204..
- Sancar, Serpil (2008) *Erkeklik: İmkânsız İktidar*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Vatandaş, Celalettin (2007) Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerinin Algılanışı. *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 35: 29-56.
- Yaraman, Ayşegül (t.y.) Modern Ataerkil Toplumsallaşma: Erkeksi, Erkekçi Kadınlar. http://aysegulyaraman.com/makale/modern_ataerkil_toplumsallasma.pdf (Erişim tarihi: 01.05.2020)
- Yıldırım, Vural ve Karahisar, Tüba (2013) Ulusal Televizyon Kanallarında Görsel İşitsel Objeler Olarak Kadın. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(2): 52-66.
- Yüksel, N. Aysun (1999) Toplumsal Cinsiyet Olgusu ve Türkiye’deki Toplumsal Cinsiyet Kalıplarının Televizyon Dizilerindeki Yansımaları. *Kurgu Dergisi*, 33(16): 67-81.
- Yüksel, N. Aysun (2001) *Tarkan: Yıldız Olgusu*, İstanbul: Çiviyazıları.
- Zeybekoğlu Dünder, Özge (2012). Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Televizyon Reklamlarına Yansıması. *ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, 5(1): 121-136.