

KADIN YAYINCILARIN POPÜLER KÜLTÜRDE DEĞİŞEN İMAJLARI

Özlem Akkaya*

ÖZET

Kadınların medyada ses ve görünürlük kazanan varlıkları toplumsal cinsiyet üzerine mücadele yürütülen en önemli alanlardan biri olagelmıştır. Bu süreçte ekran önündeki kadınlar hakkındaki magazin ağırlıklı haberlere yer veren popüler radyo ve televizyon dergileri ise "kadınlık" üzerine pazarlıkların yapıldığı mecralardan biri olma özelliğini korumuştur. Bu çalışmada 1970'lerde ve 1980'lerde kamu yayıncılığı sektöründe çalışan kadınların popüler kültürdeki imajları tematik söylem analizi aracılığıyla incelenerek, bu dergilerin nasıl bir "kadın yayıncı" imajı kurduğu araştırılmıştır. Çalışma, söz konusu dönemlerdeki sosyo-tarihsel ve kültürel ortamı da dikkate alarak, meslek sahibi bu kadınların popüler kültürdeki temsillerinin değişen ve süreklilik gösteren unsurlarını ortaya koyma amacındadır. Araştırmanın bulgularına göre, hem 1970'lerde hem 1980'lerde popüler radyo-TV dergileri TRT'de çalışan yayıncı kadınları genellikle kadın/anne kimliklerinin altını çizerek temsil etmiştir. Ancak, 80'lerde tüketim dürtüsünü kamçılama hedefi güden bu dergiler, yayıncı kadınların bireyselliğini daha fazla öne çıkarmıştır. Öte yandan, dergiler 1980'lerde cinselliğin görünürlüğüne karşı muğlak bir tavır takınmışlardır. Bu tavır, söz konusu on yılın yalnızca özel hayatın ve cinselliğin bireyselleşme ve özgürleşme söylemi içinden ifade edildiği bir dönem olmakla kalmayıp aynı zamanda ailenin muhafazakâr bir toplumun çimentosu olarak yüceltildiği bir dönem olduğunu dikkate aldığımızda, sanıldığı kadar şaşırtıcı değildir.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal cinsiyet, popüler kültür, medya, yayıncılık, kadın.

CHANGING IMAGES OF FEMALE BROADCAST PROFESSIONALS IN THE POPULAR CULTURE

ABSTRACT

Existence of women on the air has been a site for contestation over gender identities. Popular radio-TV magazines are of the major channels whereby women's "femininity" is negotiated. This paper explored the mediated negotiation over the meaning of gender in Turkey through a thematic analysis of the images of female broadcast professionals in the popular culture from the 1970s to the 1980s. It aims to exhibit the changes and the continuities in these women's popular representations, keeping in mind the particular socio-historical and cultural conditions of those years. The study demonstrates that popular radio-TV magazines represented female broadcast professionals by highlighting their domestic roles to a large extent, both in the 1970s and the 1980s. However, in the 1980s, harboring to whip up the drive for pretentious consumption, the magazines put a heavier focus on their individuality. On the other hand, they adopted an apparently ambiguous

* Dr., Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi

attitude to the visibility of sexuality. The study discusses this is not unexpected at all since the 1980s was not only a decade when sexuality and private life was expressed within a discourse of individualization and liberalization but also one when family was praised as the sound basis of conservative society.

Keywords: Gender, popular culture, mass media, broadcasting, femininity.

GİRİŞ

Popüler kültür feminist medya incelemelerinin üzerinde sıklıkla durduğu alanlardan biridir. Feminist araştırmacılar, amaç kadınların kendi varlıkları üzerinde söz sahibi olmalarıysa, popüler kültürün hem kadınlar hem de ataerkil iktidar adına ortaya koyduklarını anlamının önemli olduğunu pek çok mecrada dile getirmişlerdir (Storey 2009: 136). Popüler kültürün kadınları temsil eden stereotiplerin ve kısıtlayıcı rol modellerin inşasında önemli bir rolü vardır. “Erkek düşmanı” feministlerden, “ev işlerine gömülmüş” kadınlara, “cinsellik düşkünü” kadından “mesleğine nevrotik bir aşkla bağlı” kadına ve daha nicesine uzanan bir yelpazede, popüler kültür mizojenist politikaları teşvik eden kadın stereotiplerini kurar ve topluma yayar. Nitekim popüler kültür hâkim kadınlık imajının inşa edildiği alanlardan biridir. Belli bir kadınlık algısını yaratır ve sürekli kılarken, “ideal kadın”ın nasıl davranması gerektiğini de bildirir. Ancak, popüler kültür basitçe kadınların “yanlış bilinçlenmesine” hizmet eden bir mecra olarak bir kenara atılamaz. Çünkü popüler kültür hâkim kadınlık söylemlerinin bir yandan yenden üretilirken öbür yandan da bozulmaya uğratıldığı bir alandır.

Popüler kültür hakkında ilk eleştirilerden birini kaleme almış olan feminist yazar Betty Friedan, *The Feminine Mystique* (1963) adlı çalışmasında, popüler kadın dergilerinin özellikle İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra belli bir kadınlık mitini icat edip daimileştirdiğini söyler. Bu dergilerin sunduğu kadın imajına göre, kadınlar ev işlerinden ve erkekleri elde etmek amacıyla yaptıkları vücut bakımından başka hiçbir şeyle uğraşmayan kimselerdir. Söz konusu dergiler ev kadınının “toplumsal” değerini kutlarken, yükseköğrenimin ve kariyer sahibi olmanın kadının erkeksileşmesine yol açarak aileye bir tehdit oluşturduğu korkusunu beslemekten de geri durmamışlardır (Friedan 1963: 38). Nitekim Jane Marcellus (2006: 101) iki savaş arası dönemde Amerika’da kadın telefon operatörlerinin magazin dergilerindeki imajlarını incelediği çalışmasında, meslek sahibi kadının nasıl resmedileceği sorusunun uzun yıllar kadınlara “ev kadınlığı” dışında neredeyse başka hiçbir gelecek alternatifi sunmamış dergilerin editörleri için gerçekten büyük bir soruna dönüştüğünü anlatır. Bu sorun çalışan kadınları temsil ederken hane içi rollerin idealize edilmesiyle çözülmüştür (Hepke 1992). Benzer şekilde Dominick ve Rauch’un (1972: 259-659) Amerikan televizyon reklamlarını inceledikleri çalışmaları, söz konusu reklamlarda kadınların zaman zaman “çalışan” kadın olarak temsil edilmelerine karşın, iş yaşamındaki rollerinin neredeyse her zaman “itaatkâr” olarak kodlandığını göstermiştir. Betty Friedan (1963: 46) ise bu konuda

şöyle der: “Bu dergilerde yazarken, editörler tarafından bana sürekli “kadınların kendilerini özdeşleştirmeleri gerektiği” hatırlatıldı. Bir keresinde bir sanatçı hakkında bir makale yazmak istemiştım. Dolayısıyla yemek pişirmesinden, alışveriş yapmasından, kocasına olan aşkımdan, bebeği için boyadığı beşikten bahsettim. Resim yaparken geçirdiği saatleri, gerçek işini ve bu konuda hissettiklerini atlamak zorundaydım. Bazen aslında “ev kadını” olmayan bir kadın hakkında bir şeyler yazmanız gerektiğinde, onu ev kadını gibi göstererek, ev dışındaki dünyaya karşı sorumluluklarını ya da peşinden gittiği kişisel vizyon ve ruhu es geçerek bunun üstesinden gelebilirdiniz.”

1. AMAÇ, KAPSAM ve YÖNTEM

Toplumsal cinsiyet ve medya arasındaki ilişkiyi kendine dert edinen feminist araştırmacılar popüler kültürde kadınların sembolik açıdan yok sayılmalarına odaklanmakla kalmamış, kadınların kültür endüstrisinde mesleki açıdan yetersiz temsiliyle de ilgilenmişlerdir. Örneğin, Mulvey’e (1975: 6) göre, “Kadınlar kültürel üretimden ne kadar dışlanmışlarsa, imajları da o kadar sömürülmüştür.” Bu durumun akıllara getirdiği ve bu çalışmanın da etrafında şekillendiği temel sorulardan biri şudur: Öyleyse popüler kültür kültürel üretimde aktif olarak yer alan kadınları, örneğin yayıncı kadınları, nasıl temsil eder? Böyle bir soruya yanıt ararken, neredeyse İnternet’in giderek popülerleştiği 2000’lere kadar her hafta evlerimize giren radyo ve televizyon dergileri verimli bir kaynak olabilir. Çünkü bu dergiler bir program rehberi işlevi görmeyen yanı sıra, medya figürlerini, mesleki ve özel yaşantılarının ayrıntılarıyla birlikte, okuyucularına tanıtma misyonu üstlenmişlerdir. Nitekim meslek sahibi kadın, söz konusu dergilerin okuyucularının sıklıkla karşılaştığı imgelerden biri olmuştur. Özel olarak söylemek gerekirse, radyo ve televizyon yayıncılığı alanında çalışan kadınlar değişen rolleriyle birlikte bu dergilerin sayfalarına sıkça konuk olmuşlardır.

Bu çalışma genel olarak 1970’lerde ve 1980’lerde popüler radyo-TV dergilerinin yayıncı kadınları nasıl temsil ettiğini incelemektedir. 1980’lerin sonuna dek radyo ve televizyon deyince akla bir devlet kurumu olan TRT gelir. Dolayısıyla “yayıncı kadın” dan kasıt, ilgili dönemde TRT’de ekran ya da mikrofon önünde veya arkasında görev alan kadınlardır. Bu incelemenin Türkiye’de meslek sahibi kadına ilişkin hâkim algının inşası hakkında da önemli ipuçları sağlayacağı umulmaktadır. Çalışma, Türkiye’nin bu yıllarda içinden geçtiği sosyo-tarihsel ve kültürel koşulların toplumsal cinsiyet ve medya ilişkisini nasıl şekillendirdiğini anlama çabasına da hizmet etmektedir. Bu amaçla, TV’de 7 Gün (bu derginin adı 1980’lerde önce TV’de 7 Gong, ardından TV’de 7 olarak değiştirilmiştir) ve Telemagazin dergisinin 1975–1989 yılları arasındaki sayıları rastgele örneklem metoduyla taranmıştır. Ayrıca, aşağı yukarı aynı dönemlerde yayınlanan ve sayfalarında kadın yayıncılara da geniş yer vermiş olan popüler gençlik dergisi Hey’in çeşitli sayıları da yine rastgele örneklem yöntemiyle incelenmiştir. Bu dergilerin yanında, 1970 – 1975 yılları arasını da çalışmaya mümkün olduğunca

dâhil etmek amacıyla, Milliyet gazetesinin TV Radyo sayfaları gözden geçirilmiştir. Kaynakların analizinde, bu dergilerin dilinin kadın yayıncılar özelinde belli kadınlık tanımlarını nasıl kurduğunu anlamak amacıyla söylem analizi yönteminde yararlanılmıştır. Örneklemedeki dergilerin görsel ve yazılı dili incelenerek, özellikle hane içi yaşam, eğitim, beden ve kişisel hobiler temalarıyla ilişkili olarak tekrar eden ve değişen temsil örüntüleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

İdeal kadın stereotipleriyle ilgili ilk tarihsel çalışmalardan birini kaleme almış olan Ryan (1975: 10) bizi bu imajların kadınların gerçek yaşam deneyimleriyle karıştırılmaması gerektiği konusunda uyarır. Söylemek gerekir ki, bu çalışmanın amacı söz konusu dergilerin yayıncı kadınları temsil etme biçimlerinin gerçeklikle örtüşüp örtüşmediğini ortaya çıkarmak değildir. Kaldı ki, böyle bir hedef medyanın gerçekliği olduğu gibi temsil edebileceğini varsaymamızı gerektirirdi. Bu varsayımla yola çıkanlar ise *"kimin gerçekliği"*nden konuştuğumuz sorusunu genellikle yanıtı bırakmışlardır. Brundson'un (1998: 149) da söylediği gibi, *"daha gerçekçi imgeleri savunmak, aslında 'kendi' gerçekliğimizin temsili adına ortaya atılan bir iddiadır."* Araştırmanın ayrıntılarına girmeden önce hatırlatılması gereken bir başka nokta da, kadınların temsili söz konusu olduğunda sadece sürekliliklere odaklanmanın kadınların medyadaki imajlarını etkileyen tarihsel değişiklikleri gözden kaçırmamıza neden olabileceğidir. Dolayısıyla çalışma Türkiye'deki kadın yayıncıların popüler kültürdeki imajlarına tarihsel bir bakış açısıyla yaklaşacak ve sadece içerdikleri süreklilikleri değil, özellikle 1980'lerle birlikte gösterdikleri değişiklikleri de anlamaya çalışacaktır.

2. "EVİNİN KADINI": KADIN YAYINCILARIN 1970'LERDEKİ POPÜLER İMAJI

Türkiye'de radyo ve televizyon dergilerinin gelişimi özellikle televizyonun yaygınlık kazanmasıyla birlikte gerçekleşmiştir. İlk defa 1975'te Hürriyet yayın grubu tarafından yayınlanan TV'de 7 Gün bu dergilerin öncüsüdür. Derginin ilk yazı işleri müdürü Erdoğan Sevgin (2008), TV'de 7 Gün'ün yayın hayatına başlama hikâyesini şöyle anlatır: *"TV'de 7 Gün dergisi çok zor koşullarda dünyaya geldi, çünkü 1975'te televizyon bu kadar gelişmemişti. Ayrıca Günaydın ve Milliyet televizyon dergileri çıkarmışlar ve her ikisi de tutulmamıştı. O günlerde Hürriyet'in Haftasonu vardı. Bu üniteyi genişletmek için bir televizyon dergisi kurulmasına karar vermişlerdi. Bir de bizim şansımızı denememiz istendi. Ancak üst kademedeki bir endişe vardı. Bütün sayfaları televizyon konularıyla dolu olan bir derginin tutulmayacağına inanıyorlardı. ...Çok küçük ve amatör bir kadro ile provalar yapıldı ve bunlar beğenilince Şubat ayında çıkmasına karar verildi. ... İlk sayı (90.000 bin basılmıştı sanıyorum) o gün tükendi. Birkaç hafta sonra dergi oturmuş, tiraj almaya başlamıştı bile. ... TV'de 7 Gün çıktığı zaman, gazetelerde bugünkü gibi televizyon sayfalarını bırakın, televizyon köşeleri bile yoktu. Ama dergi tutulunca hemen başka televizyon dergileri çıkmaya başladı. Gazeteler televizyona geniş yer verdiler."*

1970'lerin ikinci yarısında televizyonun artan popülerliği TRT'de çalışan yayıncıları toplumun tanıdığı prestijli figürlere dönüştürmüştür. TV'de 7 Gün ekibi de derginin öncelikli hedeflerinden birinin TV ve radyo figürlerini okuyucularına tanıtmak olduğunu bizzat ilan etmiştir. Nitekim ilgili haber ve makaleler sık sık derginin sayfalarını kaplamıştır. Sevgin (1979: 5) derginin söz konusu hedefini şöyle açıklar: *"Hep düşünürüz... Her Pazartesi sabahı neden gazetecinize gidip bu dergiyi alırsınız? Bir hafta süreyle ekrana yansıyacak televizyon programlarını en ayrıntılı biçimde verdiği için mi? Yoksa siyah beyaz ekranın ardındaki o rengârenk dünyayı... dedikodularıyla evinize getirdiği için olmasın? Belki de televizyonda izlediğiniz ve hayranı olduğunuz yıldızları en ilginç yönleriyle tanıttığımız için bizi okuyorsunuz? Ya da alışkanlık..."*

Ahmet Oktay (2002), özel hayata odaklanmanın 1980'lerin popüler basınının belirleyici özelliği olmasına karşın, tamamen bu döneme özgü olmadığını da belirtir. Popüler basın ve özellikle dergiler 1970'lerde de özel hayata önemli bir yer ayırmıştır. Oktay (2002: 98) bu dergilerin kadınları 1980'lere kadar sadece anne ya da eş olarak hane içi roller içinden görünmeye ve konuşmaya davet ettiğini ekler. 1970'ler Türkiye'de toplumsal değişimin yüksek kentleşme oranlarıyla birlikte daha önce görülmemiş boyutlara ulaştığı ve siyasetin, oldukça fazla sayıda kadının özellikle sol hareket içinde örgütlü yaşama katılmasıyla da birlikte giderek kitleselleştiği bir dönemdir. Sancar'a (2012: 146) göre *"modernliğin muhafazakârlıktan uzaklaştığı"* bu dönemde ailenin *"yerli yerinde, sağlam ve değişmeden duran bir güvenlik alanı"* olarak tanımlamasına yönelik eğilim daha fazla görünürlük kazanmış ve böylece ataerkil zihniyetin erkeklik kaybı önlenmeye çalışılmıştır.

Popüler radyo-TV dergileri de 1970'lerde bu trendi büyük oranda izlemiştir. Öncelikle, dergilerde yayıncı kadınlar neredeyse her zaman erkeklerle ilişkileri içinde tanımlanmışlardır. Onlar ya bekâr ve eş arayan genç kızlardır, ya evlidirler, ya da pek yakında evlenecek olan dul kadınlar... Dahası, yayıncı kadınlarla ilgili dergi haber ve makalelerin neredeyse tamamı bu kadınların ev hayatına odaklanmıştır. Yayıncı kadınlar çoğunlukla ya ev kadını/anne olarak, ya da, evli değilse, ev kızı olarak resmedilmişlerdir. Dergiler yayıncı kadınların hane içi rollerini yüceltmekle kalmamış, özel hayatlarındaki *"başarı"*larını da mesleki başarılarının önüne çıkarmıştır.

Örnekleme 1970'lere ait magazin haberlerinden sadece biri yayıncı bir kadını erkeklerle ilişkisi içinde ve ev hayatını vurgulayarak temsil etmemiştir. Milliyet'in TV Radyo sayfalarında yayınlanan bu haber, TRT televizyonunda çalışan beş dekoratörden biri olan Emine Aktaş hakkındadır. Haber okuyucuyu Aktaş'ın mesleğinin zorlukları hakkında bilgilendirmektedir. Aktaş'ın, bölümündeki eleman sayısının yetersizliğinden dolayı kişisel gelişimine vakit ayıramadığı söylenmiştir (TV'nin 5 dekoratöründen biri 1973: 5). Aynı sayfalarda yakın dönem-

lerde yayınlanmış başka bir haber, *Bir Varmış Bir Yokmuş* adlı radyo çocuk programında anlatılan masalların yazarı Betül Aykan'ı konuk etmiştir. Haberin görseli Aykan'ı evinde kızıyla vakit geçirirken göstermektedir. Habere göre Aykan bu masalları ancak akşamları, ev işlerini bitirip kızını uyuttuktan sonra yazabilmektedir. Yaptığı işten az bir para kazanmasına karşın, Aykan mesleğinden memnundur; çünkü *"Çocukların masallarına duydukları ilgi ve sempati karşısında paranın miktarı hiçbir anlam [taşımamaktadır]."* Kaldı ki, Aykan'ın mesleğini bırakmayı düşünmemiş olmasının tek nedeni de *"çocuklara olan sevgisi ve özverişi"* dir (Bir varmış bir yokmuş 1973: 5).

TV'de 7 Gün, 1975'teki ilk sayısından kısa bir süre sonra, her hafta kadın TV ve radyo haber spikerlerini tanıtmaya başlar. Spikerler ya *"ev kadını/anneler"* ya da *"koca bekleyen genç ve güzel kızlar"* olarak ve mesleki kimlikleri arka planda tutularak resmedilirler. Bu kadın spikerlerden biri Başak Doğru'dur. Doğru'yla ilgili magazin haberinde onun *"evinin kadını olmayı çok sevdiği"* söylenir ve şu soru sorulur: *"Kim karısını tek bir eliyle susturabilen bir koca olmak istemez?"* Ve yanıt verilir: *"Yüksel Doğru böyle bir koca işte. İsterse ufacak bir el hareketiyle karısının sözünü keser... Çünkü kendisi Radyo Ses Alma Servisi Şefi'dir."* (Onun evi radyo evi 1975: s. 12). Dergi başka bir sayısında TV haber spikeri Aytaç Kardüz'ü sayfalarına taşır. Kullanılan iki görselden biri Kardüz'ü TV stüdyosunda haberleri okurken gösterir. Diğerinde ise Kardüz, günlük hayatı içinde parkta yürüyüş yapmaktadır. Söz konusu görsellerin altında Kardüz'ün *"iki farklı kişiliği"* olduğu yazılıdır: Biri, *"neşeli, hayat dolu... bir genç kız"*dır, diğeri ise *"ekranda büyük bir ciddiyetle elindeki metinleri okuyan haber spikeri..."* Dergi, okuyucularını Kardüz'ün eğitim hayatı hakkında bilgilendirdikten sonra, onun *"kek ve pastalarıyla meşhur cici bir ev kızı"* olduğunu ve bu özelliğinin toplumda bilinmediğini vurgulayarak habere son noktayı koyar. Tabii, Kardüz'ün *"aşçılıkta usta"* olduğunu ve *"ev işlerindeki başarısı"* sını da eklemeyi unutmadan... (Haberlerin tatlı serti 1975: s. 31).

TV'de 7 Gün daha sonra başka bir haber spikeri Ülkü İmset'i okuyucularıyla buluşturur. İmset'in evinde görüldüğü görsellerden birinin hemen yanında, kendisinin ev işlerinden dolayı Klasik Batı Müziği dinlemek ve piyano çalmak gibi hobilerine vakit ayıramadığı yazılıdır. Yukarıdaki görselde ise okuyucular İmset'i evinde çocuklarıyla birlikte görürler. Bu görselin spotunda İmset'in en büyük zevkinin evde çocuklarıyla vakit geçirmek olduğu söylenmiştir. Söz konusu magazin haberi, Ülkü İmset'in çok iyi dikiş bildiğini ve ekranda giydiği kıyafetlerden bazılarını kendisinin diktiğini sözlerine ekler ve şöyle biter: *"Çocukları, yuvası ve görevi İmset'in her şeyi"* dir (Mikrofonda 25 yıl 1975, s. 15).



Fotoğraf – 1. TV Haber Spiker Ülkü İmset ve çocukları (Kaynak: Mikrofondada 25 yıl (1975) TV’de 7 Gün, 11, 12)

Dergideki benzer bir haber, TV haber spikeri Ülkü Kuranel’i konu edinir. Haberin görsellerinden biri Kuranel’i yanındaki erkek haber spikeriyle birlikte haber bülteninin metinlerini gözden geçirirken resmetmiştir. Bu görsel son derece küçük bir alan kaplarken, sayfanın neredeyse yarısını kaplayan ve yukarıda da yer verilen görselde Kuranel evinde temizlik yaparken poz vermektedir. Bu görselin spotunda ise şöyle yazar: “Görmediğiniz bir Ülkü Kuranel... TRT’deki görev bitmiş, şimdi evdeki görev başlamıştır... O evinin kadınıdır... En büyük zevkidir yuvasını pırıl pırıl yapmak, sofrayı donatmak...” (Ülkü Kuranel’in spikerlik hayatı 1975: 11).



Fotoğraf – 2. TV haber spikeri Ülkü Kuranel (Kaynak: Doris Day’i dinlediniz (1975) TV’de 7 Gün, 15, 11)

Aynı dergide dört yıl sonra yayınlanan başka bir haber ise Cemile Kutgün'ü okuyucularına tanıtır ve görünüşe göre, kadın spikerlerin temsilinde büyük bir değişiklik gerçekleşmemiştir. Haberin başlığı şöyledir: "İyi aşçılardan başka kim kaldı: Dikkat edin! Parmaklarınızı yiyebilirsiniz." Kutgün'ün TV ünlüleri arasındaki en iyi aşçılardan biri olduğu söylendikten sonra bizzat kendisinin geliştirdiği üç yemek tarifi okuyuculara verilir. Görsellerde ise Kutgün yemek yaparken ve kocasına yemek servis ederken gösterilmektedir (İyi aşçılardan 1979: 23).

İncelenen bu magazin haberlerinden de anlaşıldığı üzere, kadın yayıncıların imajı çoğunlukla "evinin kadını" olarak kurgulanmıştır. Bu imaj, kullanılan görsellerle de pekiştirilmiştir. Ayrıca, söz konusu haberlerde iş ve evin çifte yükünden neredeyse hiç bahsedilmez. Aslında Hey dergisindeki bir haberde, TRT Çocuk Yayınları bölümünde prodüktör olan Mehtap Dinçler, mesleğinin yoğunluğundan dolayı çocuk sahibi olamamaktan yakınır: "İki yıldır evliyim. Eşim bir özel şirkette ekonomist olarak çalışıyor. Çocukları çok seviyorum, ancak onlarla uğraşmaktan çocuk sahibi olmaya fırsat bulamıyorum." Ancak dergiye göre Dinçler yine de "şanslı"dır; çünkü annelik arzusunu ekranda "çocukların sevimli ablası" olarak tatmin edebilmektedir (Çocukların sevimli ablası 1974: s. 45).



Fotoğraf – 3. Kadın Dünyası'nın prodüktörleri ve köylü kadınlar (Kaynak: Kanatsız meleklerin köy gezisi (1975) TV'de 7 Gün, 9, 43)

Sadece yukarıdaki örnekte olduğu gibi Hey dergisi değil, TV'de 7 Gün de yayıncı kadınların mesleki kimliklerini kadınlık ve ev içi yaşama referanslarla tanımlamaya özen göstermiştir. "Kanatsız meleklerin köy gezisi" başlıklı bir dergi haberi radyo programı Kadın Dünyası'nın prodüktörleri Filiz Ercan ve Günseli Alkol'un Ankara'daki bir köye yaptıkları geziyi konu edinir. Aslında bu haberle birlikte fiziksel açıdan da mobil olan meslek sahibi kadın imajı karşımıza çıkmaktadır: Bu kadınlar, haberin de belirttiği gibi, meslekleri icabı çeşitli köy ve şehirleri sık sık ziyaret etmektedirler. Öte yandan aynı haber Ercan ve Alkol'un mesleklerin-

deki başarılarını kadınsı/ev içi rollerinin bir uzantısı olarak kodlar ve kutlar. Habere göre bu kadın prodüktörlerin amacı “evde dirlik ve düzen sağlamak”tır (Kanat-sız meleklerin köy gezisi 1975: 42). Oysa Ercan ve Alkol, Cumhuriyet gazetesine verdikleri bir röportajda *Kadın Dünyası*’nın çok daha farklı bir amacı olduğunu dile getirmişlerdir: “Programın amacı, özellikle ev kadınına ilgi duyacağı her konuyu... açmak, bir bakıma dünyayı onun kapalı kaldığı duvarların arasına getirmektir; dış dünya ile arasında bir köprü kurmaktır...” (Kadın dünyası 1975: 9). TV’de 7 Gün’deki haber ise söz konusu kadın prodüktörleri “saadet mühendisleri” olarak tanımlar ve onların dinleyicilerine “mutluluk reçeteleri” yazdıklarını iddia eder. Örneğin, habere göre Ercan ve Alkol Ankara’ya yaptıkları gezide karşılaştıkları köylü kadınların eşleriyle ilgili yakınmalarını dinlemişler ve “saadet mühendisleri” olarak aile içindeki bu “ufak anlaşmazlıklara” çözüm bulmuşlardır (Kanat-sız meleklerin köy gezisi 1975: 43).

TV’de 7 Gün, TRT’nin “kahraman ev kadını” imajına tehdit oluşturabilecek herhangi bir yayına ekranlarda yer vermesine de muhalefet eder. 1979’da yayımlanan ve yapımcılığını Atilla İlhan’ın üstlendiği *Paranın Kiri* adlı televizyon dizisi bu yayınlardan biridir. Dizinin ana kadın karakteri bekar bir gazetecedir. TV’de 7 Gün bu kadın karakteri şöyle tanımlar: “Kısacık saçları, elinden düşmeyen lületaşı ağızlığı ve birini yakıp birini söndürdüğü Bafra sigarası ile kiminin beğendiği kiminin eleştirdiği bir kadın gazeteci tipi...” ve diziyle ilgili kamuoyunu yansıtmaya görevini kendince üstlenir: “Kimine göre Amerikan dizisi kopyası... Türk toplumuna ters bir yaşantı sergilemesi... Kimine göre seyredilebilir Avrupalı bir yapıt... Kimine göre güzellim konuyu, sosyal içeriği, gazeteci Ümit’i öne çıkarmak için berbat etmişler televizyoncular... Kimine göre yapay, inandırıcılıktan uzak...” (Sağolasın Atilla İlhan 1979: 25). Haberde dizi hakkındaki eleştirel tavır, bu kadın karakterin “topluma uygun-suzluğu” vurgulanarak ortaya koyulur: “Bildiğimiz bir şey var ki, dizideki Gazeteci Ümit’in birçok çevreyi, davranışları, gece kuşluğu, sokaktaki sigara içişi, pek alışamadığımız özgür davranışları, komiserle olan laubaliliği ile çok kızdırdığı... Türkiye’de nerede bu Gazeteci Ümit’in benzeri kadın gazeteci? Haber alabilmek için tüm değerleri hiçe sayan kadınlar... Nasıl bu Türk toplumundan soyutlanmış? Hele hele bizim yokuşun kadın gazetecileri pek üzüldüler bu yanlış yansıtmaya... Dahası birkaçı Paranın Kiri’ni protesto etmesi için Gazeteciler Sendikası’na başvurular... ‘Paranın kiri’ kadın gazetecinin kiri olup çıktı ekrana çünkü” (Sağolasın Atilla İlhan 1979: 25).

Kadın yayıncıların popüler imajının bir boyutu ev kadını/anne ya da ev kızı olarak hane içi yaşamlarının kutsanmasıysa diğer boyutu eğitim hayatlarındaki başarılarına yapılan sürekli vurgudur. Kadın yayıncılar hakkındaki magazin haberlerinin neredeyse tamamında çoğu kolej ya da üniversite mezunu olan bu kadınların eğitim geçmişi en ince ayrıntılarına kadar verilir. Kadın yayıncıların başarıları eğitim hayatlarına yapılan vurgu ilk bakışta Cumhuriyet ideolojisinin idealize ettiği kamusal hayatta aktif rol olan eğitimli modern kadın figürünü çağrıştırmaktadır. Erken dönem Cumhuriyet’in popüler kültüründe kadınlar Cumhuri-

yetin modernleşme atılımının sembolleri olarak rol almışlardır. Öte yandan, kadınların “*fedakâr eş ve anneler*” olarak temsili bu ideale bir tehdit oluşturmamıştır; çünkü bizzat Cumhuriyet ideolojisinin kendisi kadınların kamusal hayattaki varoluşunu çoğu zaman annelik rollerine indirgemıştır. Ancak, 1970’lerin popüler kültüründe, meslek sahibi kadınların Cumhuriyetçi modernleşmenin sembolü olarak temsili arka planda kalmıştır, denilebilir. Kadınların eğitim hayatlarındaki başarılarını ele alan söz konusu magazin haberlerinin hiçbirinde Cumhuriyet ideolojisi ve pratiklerine açık bir gönderme yoktur.

Kadının mesleki kimliğinin kurucu ögesi olarak eğitime yapılan vurgu daha çok dönemin hâkim ideolojisi olan kalkınmacılıktan beslenmiş görünmektedir. Kalkınmacılık ideolojisinde sosyal eşitsizlikleri ve tabii ki cinsler arasındaki eşitsizlikleri ortadan kaldırmanın nihai yolu eğitimde devlet eliyle sağlanacak fırsat eşitliğidir. Lila Abu-Lughod’a (2011: 91) göre, neo-liberal dönemden önce üretilen çoğu medya metnine hâkim olan söylem, eğitimi kadınların toplumsal statülerinin ulusal bir çerçevede iyileştirme yolu olarak idealize eden “*kalkınmacı gerçekçilik*”tir. Bu söylem insanları eğitimin bir erdem olarak gerekliliğine inandırmayı amaçlamıştır. Öte yandan, ulusal kalkınma ideolojisine içkin olan belli bir paternalist anlayış da söz konusudur. Çünkü kalkınmacı ideoloji kadınları “*babacan*” bir devletin korumasına muhtaç kimseler olarak tanımlamış (Abu-Lughod 2011: 101 – 3) ve eğitimi kadınların kendi kişisel gelişimleri açısından değil topluma ve aileye sağlayacakları değer açısından kutsamıştır.

Popüler kültür yayıncı kadınların eğitim hayatlarındaki başarılarının altını kalın bir kalemle çizmişse de, onun bu kadınları eğitim yoluyla kendilerini geliştiren özerk bireyler olarak temsil ettiğini söyleyemeyiz. Aksine, yayıncı kadınlar dönemin paternalist anlayışıyla uyum içinde, genellikle ataerkil bir figürün yol göstermesine muhtaç kimseler olarak resmedilmişlerdir. Örneğin, Ülkü İmset’le ilgili yukarıda bahsedilen magazin haberi İmset’in eğitimiyle ilgili sorumluluğu evlendikten sonra kocasının üstlendiğini söylemiştir (Mikrofondada 25 yıl 1975: 13). Benzer bir şekilde, kadınların eğitimsel geçmişleriyle ilgili ayrıntıları veren başka bir haberde, devlet “*kızlarını yurt dışına, özellikle Londra’da BBC’ye, eğitime gönderen bir baba*” olarak kodlanmıştır (Haberlerin tatlı serti 1975: 30). TRT ya da kurumun farklı birimleri de zaman zaman paternal bir figür olarak temsil edilmiştir. Örnek vermek gerekirse, TV’de 7 Gün’de yayınlanan bir haber İzmir Radyo Televizyonu’nun yönetimini “*kızlarını kurum dışındaki erkeklerle evlendirmeyen bir baba*” olarak tarif eder ve şöyle denir: “*Bu kurumun elemanlarının herhangi bir dedikoduya yer vermeden arkadaşça çalışmalarının nedeni bu olmalıdır.*” İzmir Radyo ve Televizyonu “*bir devlet kurumundan ziyade sıcak bir aile ortamına ya da aile işletmesi*”ne benzetilerek İzmir’deki bekârlara “*şanslarını başka yerde aramaları*” tavsiye edilir (İzmirli bekârlar 1975: 8).

TRT'ye bağlı olarak çalışmayan ama çeşitli yapımlarda rol alan kadın ünlülerin temsilinde ise bu baba figürünün yerini yine bir erkeğe ait olduğu varsayılan *"bir çift göz"* alır. Bu erkek, deyim yerindeyse etrafındaki genç kızlara kaderlerini değiştirmeleri için bir şans tanımaktadır. Başka bir deyişle, meslek sahibi yayıncı kadınların ve televizyon sayesinde ünlenmiş diğer kadın sanatçıların temsilindeki tek belirgin ortaklık bazen otoriter ama koruyucu kollayıcı bir baba olarak bazen de *"dikkatli gözleriyle"* etrafındaki *"çekici kızları keşfeden"* biri olarak karşımıza çıkan erkek figürüdür.

TV'de 7 Gün sadece kadın yayıncıları değil, *"TV'de gördüğümüz ama haklarında fazla bilgi sahibi olmadığımız kadın sanatçıları"* de okuyucularına tanıtacağını duyurur (Reklam yıldızları 1975: 40 – 1). Derginin 12. sayısındaki *"Bayan Bacak"* başlıklı haber bu sanatçılarından biri olan Güngör Bayrak'ın hayat hikâyesini anlatır. Bayrak'ın bacaklarını ön plana çıkaran görselin spotunda şunlar yazılıdır: *"Öğretmen olmak istedi, olmadı... Hemşire, hostes olmaya niyetlendi, kısmet değilmiş... Kader onu Hilton'a kahveci güzeli olarak itti... Ve oradaki bir çift dikkatli göz sayesinde televizyon reklamlarının sevilen yıldızları arasına girdi"* (Bayan Bacak 1975: 41). Bu tarz magazin haberlerinde kadın ekran yıldızları genellikle erkekler tarafından keşfedilmeyi bekleyen pasif nesnelere olarak temsil edilmiştir. Örneğin Milliyet'in *TV Radyo* sayfalarındaki bir haber belgesel çekimi için Türkiye'yi ziyaret eden İtalyan yapımcıların *"Ankara'da bir yıldız keşfi"*ğini söyleyecektir (İtalyanlar 1972: 3).

TRT'ye doğrudan bağlı olmayan *"televizyon yıldızı"* kadınların mesleki rolleri neredeyse tamamen fiziksel özelliklerine indirgenerek tanımlanır. Bu kadınların bedenleri çoğunlukla cinsel cazibelerinin altının çizildiği görsellerle ön plana çıkarılır. Örneğin yukarıda adı geçen Güngör Bayrak'la ilgili haberde, Bayrak'ın neden daha çok çorap reklamlarında rol aldığı sorusuna *"tesadüf"* yanıtını verdiği söylenir. Ama haberi kaleme alanlar yanıtı çoktan bulmuşlardır: *"Bizimki de soru mu yani! Kızcağz... 'Bacaklarım güzel olduğu için çorap reklamlarında tercih ediyorlar' diyemez ya... 'Tesadüf' diyecek, elbet. Aslını ararsanız, gerçekten tesadüf... Hilton'daki 'kahveci güzeli'nin dikkatli bir çift göze çarpıp da 'TV Reklam Güzeli' oluvermesi..."* (Bayan Bacak 1975: 41).

Öte yandan, TRT'de bizzat görev alan yayıncı kadınların popüler kültürdeki temsilinde fiziksel özelliklere odaklanmaktan özellikle kaçınılmıştır. Bizzat yayıncı kadınlar da dergilere ve gazetelere verdikleri röportajlarda mesleki kimliklerini tanımlarlarken fiziksel özelliklerini ön plana çıkarmamaya özen gösterirler. Örneğin spiker Ülkü Kuranel kendisiyle yapılan bir röportajda izleyicinin haberlerden ziyade haber spikerlerinin fiziksel görünüşüne ve kıyafetlerine odaklanmasının kendisini rahatsız ettiğini söyler (Ülkü Kuranel'in spikerlik hayatı 1975: 12). Benzer şekilde, Aytaç Kardüz TV haber spikerliğinin zorluklarından bahsederken şöyle der: *"TV'de haberleri okuduğum geceler saçlarımı sade bir biçimde yaptırır, giysilerimin renk ve modellerinin sade olmasına dikkat ederim ve çok sevdiğim küpe-*

lerimi çıkartırım. Bunun nedeni şudur: Seyircilerin dikkatlerini fantezi görüntüler üzerine çekmek istemiyorum" (Ajans okurken 1972: 5). Kadın ve Ev adlı televizyon programının yapımcı sunucusu Deniz Adanalı da ekranda görünmekten korkup korkmadığına ilişkin soruya şu yanıtı vermiştir: "Hayır hiç korkmuyorum... TV'de görüntümün güzel olması ya da olmaması beni ne heyecanlandırıyor ne de korkutuyor. Ben ekrana güzelliğimi göstermek için çıkmıyorum. Ekranda dikkat ettiğim konu düzgün konuşabilmektir. Uzun yıllar Ankara Radyosu'nda spikerlik yaptığım için bu konuda bir zorluk duymuyorum" (Deniz Adanalı'nın 1973: 3).

Okuyucuların mektuplarına ayrılan dergi ve gazete sütunları da televizyon ve kadın bedeninin görselliği arasındaki ilişkinin müzakere edildiği alanlardan biri olur. Örneğin, bir kadın okuyucu Milliyet'in TV Radyo sayfalarında yayınlanan "TV hanım spikerlerinin kıyafetleri çok kötü" başlıklı mektubunda şu eleştirisini dile getirmiştir: "Televizyonda haberleri okuyan spikerlerden erkekler ekrana çok şık bir şekilde çıkıyorlar. Fakat hanım spikerlerimiz maalesef ekran karşısında giyimlerine pek dikkat etmiyorlar. Çoğu kez kazaklarla bile çıkıyorlar karşımıza." Ardından TV yönetiminin spikerlerin ekranda nasıl görünmeleri gerektiği konusundaki duyarlılığını sorgulamıştır (Okuyucu eleştirileri 1972: 3). İki hafta sonra Ankara'dan başka bir kadın okuyucu ise bu mektuba yanıt verme gereğini hisseder ve Milliyet'e "TV spikerleri şov yapmıyorlar" başlıklı bir mektup gönderir: "Arkadaşlarımızla bu konuyu tartıştık. Vardığımız sonuca göre TV'nin hanım spikerleri haberleri gayet güzel okumaktadırlar. Onlar şov yapmıyorlar ve defileye çıkmıyorlar. Şık ve gösterişli giyinmelerine gerek yoktur. Yaptıkları göreve göre kıyafetleri normaldir" (Okuyucu eleştirileri 1973: 3).

Kadın yayıncılardan ekran önünde fiziksel görünüşlerini disiplin altına almaları beklenmektedir ve bunda "başarısız" olduğuna inanılanlar popüler basında sıklıkla eleştiri konusu olur. Örneğin, yine TV Radyo sayfalarında yayınlanan bir haber Ankara Radyosu'ndaki görevinden ayrılıp İstanbul'da gazinolarda müzik icra etmeye başlayan Seçil Heper'i konu edinerek bir tartışma başlatır. Haberde Heper'in iş arkadaşlarının kendisinin işten ayrılmasıyla ilgili görüşlerine yer verilir, ancak bizzat haberin dili son derece kışkırtıcıdır: "Seçil Heper'in yuvam dediği radyodan ayrılıp parayı ve ünü seçmesi hakkında ne düşünüyorsunuz?" (Arkadaşları diyor ki 1972: 4) İki erkek iş arkadaşı Heper'in yalnızca "fiziği ve TV programlarında giydiği ilgi çekici kıyafetleri sayesinde İstanbul'daki gazino sahiplerinin gözüne çarptığını" düşünmektedirler. Bir diğeri ise Heper'in Ankara Radyosu'ndan ayrılmasını neredeyse "ihane"le eş tutarak şöyle der: "Seçil Heper'in sahneye çıkmasını henüz erken buluyorum. Erken bulmamdaki sebep de onun eğitiminin yetersiz olmasıdır. Seçil Heper önce radyoda başarıya ulaştıktan sonra sahneye çıkmalıydı... Bir radyo sanatçısının radyoyu bırakıp sahneye gitmesi nankörlüktür. Çünkü radyo o sanatçıyı büyük emek harcayarak yetiştiriyor. Devlet kendisine maaş bağlıyor ve sanatçı bütün bunları bırakıp sahneye çıkıyor. Bu olacak iş değildir" (Arkadaşları diyor ki 1972: 5).

3. BEDENLERİNİ KEŞFEDEN KARIYER SAHİBİ KADINLAR: KADIN YAYINCILARIN 1980'LERDEKİ POPÜLER İMAJI

1980'lerde Türkiye her tür siyasi faaliyeti yasaklayan askeri bir darbenin ardından yeni bir ekonomik liberalleşme dönemine girmiştir. 1980'lerin "*kısıtlı demokrasi*" "*otorite, hiyerarşi, gelenek, düzen, istikrar ve milli çıkar*"ı yüceltmıştır (Keyder 2007: 262). Ancak kültürel açıdan, bu on yıl, 1970'lerin "*sisli*" atmosferinin karşısına "*renkli ve dinamik*" bir resimle çıkmıştır (Bali, 2008: 17). Dönemin değişen imgesinin arka planında, diğer pek çok gelişmenin yanı sıra serbestleşen dış ticaret rejimi ve renkli TV yayınlarının başlamasıyla birlikte lüks tüketimde görülen artış yatmaktadır.

Sol muhalefetin bastırıldığı 1980'lerde zenginlik kamusal hayatta daha fazla görünürlük ve meşruiyet kazanmıştır. Hâkim sosyal sınıfların hayat tarzları genişleyen ve çeşitlenen medyada bir gösteri nesnesine dönüşmüştür. Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın renkli ekrandan "*ulusa seslenirken*" elinde tuttuğu Cross marka dolmakalem sadece ticaret rejiminin serbestleşmesinin değil dönemin hâkim söyleminin kışkırttığı lüks tüketim dürtüsünün de en çarpıcı sembollerinden biri olmuştur (Bali 2008: 28).

Nurdan Gürbilek'e (2009: 11) göre, 1980'lerde daha önceki dönemlerde susturulmuş olan kimlikler devlet mekanizmaları aracılığıyla kurulan ve sürdürülen serbest pazar mantığına uygun bir dönüşüm geçirdikten sonra tekrar sahneye çıkmıştır. Gazeteler ve dergiler bu gelişmenin tetikleyicilerindedir. Yazılı medyanın çeşitliliği ve tirajındaki artışın yanında, basına uygulanan ağır sansür de yeni haber alanları arayışının önünü açmış ve bu arayış özel alanın "*keşfi*"yle sonuçlanmıştır (Oktay 2002: 120). Ancak, Gürbilek'e göre 1980'ler bir "*özel yaşamı kaçış*" dönemi değildir. Aksine, bu dönemi belirleyen en temel özellik daha önce mahrem sayılan pek çok konunun kamuya açılmasıdır. Özellikle kadın bedeni ve cinsellik kamuda giderek yaygınlık kazanan bireysellik ve özgürleşme söyleminin nesnesi olmuştur (Gürbilek 2009: 11).

Popüler kültürün dönemin liberal öncülleri temelinde yeniden şekillenmesi değişen bir kadınlık tanımını da beraberinde getirmiştir. Bu tanım, kadınları bedenlerini paranteze almaya gerek duymadan toplumda rekabetçi bireyler olarak yer almaya davet etmektedir. Bu durum kadın yayıncıların popüler radyo-TV dergilerindeki temsilini de etkilemiştir. Aslında 1980'lerde popüler basının kadın yayıncıların ev içi rollerini yüceltmeye yönelik eğilimi büyük oranda devam etmektedir. Ancak, kadınların ev içi rollerine mesleki kimlikleri pahasına öncelik verilmesinin yerini giderek hem ev kadını/anne hem meslek sahibi kadın imajı almaktadır. Ayrıca, dergilerin dili kamusal ve özel yaşamda ağır sorumlulukları olan kadınların ikiye bölünmüş yaşamlarının altını artık daha kalın bir kalemle çizmekte ve kadınlara üzerlerindeki bu çifte yükten duydukları sıkıntıları dile

getirme fırsatı tanınmaktadır; oysa söz konusu ikiye bölünmüşlük halinden bir önceki dönemin dergilerinde neredeyse hiç söz edilmemiştir.

Magazin haberleri kadın yayıncıların portresini ev kadını/anne olarak çizmeye devam etmiştir. Örneğin TV'de 7 Gün'de TV spikeri Canan Oğuz'la ilgili yayınlanan bir haberi okuyanlar Oğuz'u evinde kocasına ve oğluna yemek servisi yaparken görme şansını yakalarlar (Yuvasının kadını 1981: 2). 4 yıl sonra Telemagazin'de yayınlanan benzer bir haber de okuyuculara iki kadın haber spikerinin çocuklarının okul yaşamındaki başarılarından duydukları mutluluğu tarif etmektedir (TRT Haber Merkezi'nde 1985: 15 – 6). Bu haber, haber spikeri kadınların annelik kimliklerini vurgulayan diğer pek çok haberden sadece biridir. Telemagazin dergisindeki başka bir haber ise TV haber spikeri Nergis Kumbasar'ın oğlunun sünnet törenini konu edinmiştir. Haberin spotlarından biri şöyledir: “O her şeyden önce bir annedir” (Genco'ya erkeklik yolunu açanlar 1985: 8).

Öte yandan, özellikle kadın yayıncıların mesleki başarılarıyla ilgili haberlerde annelik kimliklerinin haberin metninden çok kullanılan görsellerde vurgulandığını görürüz. Örneğin, sunucu Hamiyet Kolçalar'la ilgili bir haber onu evinde oğluyla vakit geçirirken resmetmektedir. Bu görselin altındaki spotta “Kolçalar'ın Doğa'yla dolu dünyasında artık ekran da var” yazılıdır. Haberin metninde ise Kolçalar'ın özel yaşamıyla ilgili ayrıntılara yer verilmez; daha çok yeni üstlendiği, *Cumartesi Gecesi* adlı TV programının sunuculuğu görevi anlatılır (Kendine geçer not 1985: 23). Başka bir haberde, TV programı *Elimizden Obamızdan*'ın sunucusu Meral Nayman okuyuculara tanıtılmıştır. Haberin metni Nayman'ın TRT'deki başarılı mesleki kariyerine odaklanırken, görsellerde ise “mutlu evliliğine” ve “anneliğine” dikkat çekilmektedir. Örneğin, bu görsellerden birinin spotunda “Başarılı bir ev kadınıdır Meral Nayman... On parmağında on hüneri var ama Nayman örgü için de zaman bulur... El emeği göz nurunu kızı Elif'in üzerinde görmek ekranın yeni sunucusunun en büyük zevkidir” (İşte milyonları büyüleyen İzmirli 1984: 19) yazılıdır.

Popüler televizyon dergileri, bu kadınlar üzerindeki çifte yükten de artık haberdar görünmektedir. Kadın yayıncılarla gerçekleştirdikleri röportajlarda, özel ve kamusal görevleriyle aynı anda nasıl başa çıktıkları sık sorulan sorulardan biri olmuştur. Örneğin Nilgün Özhan'ın kızının başarılı okul yaşamından duyduğu mutluluğu konu alan haberde, Özhan'ın kışın TV programı *Hanımlar Sizin İçin*'de görev alırken kızıyla yeterince vakit geçirememesinden duyduğu suçluluğun altı kalın bir kalemle çizilmiştir (*Hanımlar Sizin İçin*'de karne sevinci 1985: 21). Benzer bir haber de televizyonda *Uykudan Önce* adlı çocuk programını sunan Derya Baykal'ın özel hayatını konu edinmiştir. Haberde, Baykal'ı evinde çocuklarıyla resmeden bir görselin spotunda Baykal'ın boş zamanının tümünü çocuklarına ayırdığı yazılıdır. Haber, Baykal'ın mesleğinin annelik görevlerini engellemedi-

ğine dair sözlerini alıntılamıştır. Baykal'a göre, "Annelik görev değil zevktir" (Ek-randa abla 1986: 25). "Çocuklara ekranı sevdiiren kadın" başlıklı bir haber ise TV çocuk yayıncısı Nedret Çatay'ı okuyucularına tanıtır. Çatay'ın evli ve iki çocuk sahibi olduğunu bildiren haberde, onun mesleğini ailesinde herhangi bir huzursuzluğa meydan vermeden sürdürebilmesini eşinin "açık görüşlülüğüne" bağlı olduğuna dair sözleri vurgulanmaktadır (Çocuklara ekranı sevdiiren kadın 1986: 30). Yine Telemagazin'de yayınlanmış benzer bir haber, "Gerçek bir Pollyanna: Bu kadın mutlu olmasını biliyor" başlığıyla, TV spikeri Hamiyet Kolçalar'ın bu kez aile hayatını anlatmaktadır. Görsellerde Kolçalar evinde oğ-luyla vakit geçirirken karşımıza çıkar. Bu görsellerden birinin spotunda ise şöyle yazar: "İşte sevgi... İşte annelik." Ancak habere göre diğer her kadın sunucu gibi Kolçalar da çocuğuyla yeterince ilgilenememektedir, çünkü mesleki görevleriyle annelik görevleri arasında bölünmüştür. Yine de haber, Kolçalar'ın şu sözleriyle son bulur: "Spikerlik güzel; ancak, annelik kelimelerle tarif edilemeyecek bir duygu" (Gerçek bir Pollyanna 1985: 13).



Fotoğraf – 4. Hamiyet Kolçalar oğluyla (Kaynak: Gerçek bir Pollyanna: Bu kadın mutlu olmasını biliyor (1985) Telemagazin, 33, 13).

Dergiler özellikle görsel malzeme aracılığıyla kadın yayıncıların anneliklerini ön plana çıkarmışsa da, kadınların kamusal ve özel kimliklerine görece verilen önemde bir önceki döneme göre değişiklikler göze çarpmaktadır. Bazı dergi haberlerinde kadınların mesleki ve ev içi rollerine neredeyse eşit değer atfedilmiştir. TV eğitim programı *Başarılı Gençler*'in sunucusu Aylin Özmenek'le ilgili bir haber bu değişikliği örnekler. Haber Özmenek'i şu satırlarla tanıtır: "*Başarılı Gençler*'in sunucusu aynı zamanda iki 'başarılı gencin annesi' ... Öte yandan, ekranda açık oturum yöneten ilk kadın sunucu olma ünvanını elinde bulunduruyor... Tam 18,5 yıldır radyo spikeri olan Aylin Özmenek şu sıralarda radyoda... genç spikerlerin eğitimleri ile de ilgileniyor. Bir yandan da... yakında izleyeceğimiz yeni bir kültür-eğitim programının sunuculuğunu üstlenme hazırlığında" ve şöyle son bulur: "Aylin Özmenek mesleki

başarılarına evindeki iki somut başarıyı katmış olmanın mutluluğunu yaşıyor” (Başarılı Gençler’in sunucusu 1982: 14).

Söz konusu değişikliğin izlenebildiği başka bir haber ise TV yapımcısı Evin İlyasoğlu hakkındadır. Görseller İlyasoğlu’nu ekranda programını sunarken, evinde müzik aleti çalarken ve kızıyla vakit geçirirken resmetmiştir. Evinde kızıyla poz verdiği görselin spotunda İlyasoğlu’nun yaşamının *“ikinci en önemli parçası”*nın kızı Elif olduğu, ancak birinciliği mesleğinin aldığı yazılıdır. Haberin aşağıdaki satırları İlyasoğlu’nu evinde de mesleği için çalışmaya devam eden bir kadın olarak tanıtır: *“Etiler yakınlarında zevkle döşenmiş bir ev... Perdeleri sınıksız kapatılmış küçük sade bir çalışma odası... Odanın içinde ilk göze çarpanlar bir piyano, çalışma masası ve duvarları çevreleyen kitaplar... Bir de çalışma masasının üzerindeki daktilo ile makara teyp... Ufak tefek sevimli bir hanım oturmuş daktilosunun başına harıl harıl çalışıyor. Yanındaki çöp tenekesi daktilodan çıkan okunup da beğenilmeyen kâğıtlarla; masasının üstü kitaplar, dosyalar, bantlarla dolu”*(Televizyona iki yeni sunucu 1984: 19).

TV haber spikeri Fatma Karaca hakkındaki bir haber de benzer eğilimleri sürdürmektedir. Haber Karaca’nın ailesinden ve mesleğinden oluşan ikili hayatını başarıyla sürdürmesinden duyduğu özgüvenin altını çizer. Haberde Karaca, oğlu üç yaşına gelinceye dek ona kocasıyla birlikte baktığını açıklayarak şöyle der: *“O zor zamanlarda bile asla mesleğimi bırakmayı düşünmedim. İşime her zaman âşıktım”* (Aranan kan 1985: 22). Benzer bir magazin haberi ise *“Mesleği, eşi ve oğlundan oluşan üçlü bir yaşam kurmuş olan ünlü TV sunucusu Ayşe Egesoy’a 24 saatin yetmediğini”* bildirir. Habere göre, *“Egesoy üçe bölünmüştür.”* Şu satırlar Egesoy’un parçalanmış kimliğinin altını çizer: *“Ekran ünlüsü önce devlet memurudur. Hele hele kadımsa ve de evliyse bu ünlü... aynı zamanda ev kadınıdır. İş dışında, eşi ve evi ile kurduğu bir başka dünyası vardır.”* Ancak, Egesoy’un üzerindeki *“ağır yükten şikâyeti olmadığı”* iddia edilmektedir. Aksine, Egesoy hayatının her üç parçasından da ayrı ayrı mutluluk duymaktadır. Haber Egesoy’un mesleğindeki başarısının *“huzurlu ve mutlu aile hayatına”* bağlı olduğunu söyleyerek son bulur. Nitekim haberin görseli Egesoy’u ev işleri yaparken göstermektedir. Egesoy yemek yapmaktadır; çünkü birazdan *“erkekler aç kurtlar gibi eve döneceklerdir”* (Ayşe Egesoy 1986: 30).

Ahmet Oktay (2002: 101 – 2) popüler dergilerin daha 1970’lerde aile kurumuna karşı esnek bir tavır takınmaya başladıklarını söyler. Örnek olarak 1973 Kasım’ında Hayat’ta yayınlanmış bir haberi gösterir. Haber okuyucularına *“evliliğin geçmişe karışıp karışmadığını”* sormuştur. Dergi bu soruya olumsuz bir yanıt veriyorsa da, grup evlilikleri gibi bir konuyu işleyecek kadar da cüretkârdır. Benzer şekilde, popüler radyo-TV dergileri de 1970’lerin sonuna doğru evliliğe karşı tutumlarını yumuşatmaya başlamış görünürler. Örneğin 1978’de yayımlanan bir magazin haberi Perran Kutman’ın boşanmasını *“Çirkin Kraliçe de hürriyeti seçti-*

yor” başlığıyla verir (Çirkin Kraliçe 1978: 9). İki yıl sonra yayınlanan başka bir haber ise haber spikeri Jülide Gülizar’ın evliliği hakkındadır ve “Jülide Gülizar 16 yıl sonra yine gülüyor” başlığını taşır. Haber aslında “bir kadını mutlu yapanın evlilik olduğu” mesajını taşır. Ancak, Gülizar’ın evliliği mesleki kimliğinin bir uzantısı olarak tanımlanmıştır. TV programı *Bir Konu Bir Konuk*’un sunuculuğunu üstlenmiş olmasına referansla Gülizar’ın “kendisi için sürekli bir konuk seçtiği” bildirilir. Dahası, haber Gülizar’ın şu sözlerini de alıntılanmıştır: “İki ay öncesine kadar evlenmeyi düşünmüyordum. Yaşamımı kendi çabamla kurmuştum. Ve sürdürüyordum. Maddeten ve manen bugüne tek başıma gelmiştim. Tek başına bir kadının da bu dünyada dimdik durabileceğini herkese kabul ettirmek istiyordum. Bunu başardım da...” (Jülide Gülizar 1980: 3).

Evliliğe karşı takınılan esnek tavır 1980’lerde daha gözle görülür hale gelir. Bir yandan, evlilik hala bir kadının yaşamındaki en önemli mutluluk kaynağı olarak tanımlanmaktadır. Örneğin TV haber spikeri Aytaç Kardüz’ün nişanlanmasıyla ilgili haber evliliğin kadınlar için anlamını şu sözlerle tanımlar: “Şıklıksa şıklık, güzellikse güzellik, mütevazılıksa mütevazılık, başarıysa başarı... Hemen hepsine sahipti... Ama tam anlamı ile mutlu muydu acaba? Çünkü en büyük mutluluk böylesi iyilik ve güzellikleri paylaşmaktı bir ‘can yoldaşı’ ile... Kafaca, yürekçe ve de tüm benliği ile...” (Söz kesmeye geldiler, 1984: 3). Ancak öte yandan evlilik kadının bireysel özgürlüğü önünde bir engel olarak da tanımlanmıştır. Örneğin boşanmanın TV hava durumu sunucusu Şadiye Amansızoğlu’nun hayatına etkisini konu alan bir magazin haberi Amansızoğlu’nun boşandıktan sonra İtalyanca öğrenmeye, kitap okumaya ve müzik dinlemeye, yani “evli bir kadının yapamayacağı her şeyi yapmaya” başladığını söyler. Ancak Amansızoğlu’nun “boşandıktan sonra artık ekranlardan daha hüznle bakmakta olduğunu” eklemekten de geri durmaz (Soyadı uzadı 1986: 40). Dergilerdeki röportajlarda bizzat kadın yayıncılar da evlilik konusundaki çekincelerini dile getirmişlerdir. Örneğin, bir magazin haberi yayıncı Fatma Tokçalaban’ın şu sözlerini alıntılanmıştır: “İnsanların yalnız yaşaması mümkün değil. Ancak ‘yanımda birisi olsun’ diye evlilik yapmak çok büyük bir yanlışlık” (Moral dopingi 1989: 5).

1987’de kendisiyle yapılan bir röportajda TV sunucusu Tendü Koşal evli ve meslek sahibi bir kadın olarak yaşadığı zorlukları anlatır. Örneğin, neden çocuk sahibi olmadığı sorusunu şöyle yanıtlamıştır Koşal: “Çocukları çok seviyorum. Bence çocukları sevmekle iş bitmiyor. O çocuğu iyi yetiştirmek, topluma yararlı bir insan yapmak önemli. Bizim şartlarımızda çocuk sahibi olmak bencillik. Bir çocuğumuz olsaydı analı babalı bir yetim olarak büyüyecekti” (Tendü Koşal 1987: 13) Mesleğinin gereklerinden dolayı eşiyse herhangi bir anlaşmazlık yaşayıp yaşamadığı sorusunu “Benim eşim çok anlayış ve olgunluk gösterdi. Gerektiğinde kendi isteklerinden ödün verdi, fedakârlık yaptı. Beni bu konuda bunaltsaydı ya işim ya evliliğim yürümezdi” diyerek yanıtlar. Emekli olduktan sonra yapmayı planladıkları hakkında ise şunları söylemiştir: “Fakülteyi bitirir bitirmez çalışmaya başladım. Yani hiç ev kadını olmadım.

Sosyal yanım ağır basıyor. Bu nedenle vaktim olursa hayır derneklerinde çalışmak istiyorum. Birilerine yardım etmenin hazzı çok güzel. Evde oturup toplantılara giderek dedikodu yapıp birilerini çekiştirerek pastalar börekler yiyip şişmanlayarak konkende kaybetmenin üzüntüsünü yaşayarak zaman geçirmek çok anlamsız” (Tendü Koşal 1987: 14).

Jülide Gülizar da kendisiyle yapılan röportajda aynı soruya Koşal’a benzer bir yanıt vererek *“kahraman ev kadını/anne”* idealini bozulmaya uğratar: *“Yeni yaşamım mı? Elbette evde oturup kalmayacağım. Bu benim ölümüm demek olur. Bazı yükseköğrenim kurumlarından teklifler var. Bazıları ile de ben gidip konuştum. Gazetecilik de düşüncelerim arasında” (TRT defteri kapandı 1981: 14).*

Kadın yayıncıların başarılı eğitim hayatları 1970’lerdeki popüler imajlarının kurucu öğelerinden biriyken, eğitimsel geçmişlerine yapılan vurgu 1980’lerde azalmıştır. Daha da önemlisi eğitim söz konusu olduğunda devlete *“koruyucu kollayıcı baba”* olarak atfedilen ataerkil rol da giderek görünmez olmuştur. Bunun yerine eğitimin kadınların bireysel gelişimindeki öneminin altı daha fazla çizilmektedir. TV’deki mobilya reklamlarında rol alan Esra Akpınarlı’yı tanıtan bir haber bu eğilimin gözlemlenebildiği örneklerdendir. Haber, Akpınarlı’nın reklamlarda *“Her genç insan evlenmeli”* mesajını vermesine rağmen evlenmeye istekli olmadığını belirtir. Akpınarlı İngilizce öğrenmek için İngiltere’ye gitmeyi planlamaktadır. Haber Akpınarlı’yı bu kararından dolayı tebrik ettikten sonra onun İngiltere’den yepyeni bir kişilikle döneceğini söyler (Ekranlardaki gelin 1985: 30). Devletin ataerkil bir figür olarak temsilinin sönmelenmesini örnekleyen başka bir haber 1984’te TV’de 7’de yayınlanmıştır. Haberin görsellerinde TV spikeri Tendü (Koşal) Yılmaz’ı hem evinde hem de bir derslikte yanındaki kadın arkadaşlarıyla İngilizce çalışırken görürüz. Haber bir devlet kurumu olarak TRT’nin Yılmaz’ın eğitimine katkısını tamamen finansal bir olay olarak tanımlar ve şöyle der: *“Televizyon spikeri Tendü (Koşal) Yılmaz ayda 14.000 lira ödeyerek İngilizce dersi alıyor... Parayı TRT ödüyor... Ama bir ay iyi not alamazsa öğretmenlerinden, TRT kurs parasını keseceği gibi şimdiye kadar kurs için Tendü Yılmaz’a verdiği parayı da geri alacak...” (Tendü okullu oldu 1984: 14).*

Dergiler, projektörü kadın yayıncıların hobilerine ve kişisel zevklerine tutarak onların bireyselliğini de ön plana çıkarmaya başlamıştır. Oysa ki 1970’lerde benzer magazin haberlerinde bu kadınların ev işlerinin ağırlığından dolayı kişisel ilgi alanlarına vakit ayıramadıkları söylenmektedir. Dahası, 1970’lerde kadınların bireysel hobileri arasında yemek pişirme, örgü örme ve dikiş dikme gibi ev işi faaliyetleri başta gelmiştir. Ancak 1980’lerde yayınlanmış magazin haberleri kadın yayıncıları ev içi faaliyetlerin dışındaki kişisel ilgi alanlarıyla birlikte okuyucuya tanıtır. Örneğin eğlence programı *Müzik Magazin’in* sunucusu Jale Akay’ı konu edinen haberin görselleri Akay’ı evinde ailesiyle vakit geçirirken gösterir. Ama haberin metninde Akay’ın TRT’deki kariyerinin yanında resim yapma ve piyano çalma gibi hobilerinden ayrıntılı bir şekilde bahsedilir (Televizyona iki

yeni sunucu 1984: 11). TV sunucusu Esra Bora hakkındaki bir haber de Bora'nın kişisel ilgi alanlarına aile yaşamı pahasına öncelik tanır. "*Kendisine 24 saatin bile yetmediği*" söylenen Bora'nın hobileri ve mesleği arasında bölündüğü belirtilir (Esra Bora'da 1985: 35). Benzer şekilde, yukarıda bahsedilen TV haber spikeri Fatma Karaca'yla ilgili magazin haberinde Karaca parkta spor yaparken resmedilmiştir ve görselin başlığı şöyledir: "*Sağlıklı yaşamın sırrı.*" Spotta ise koşmanın Karaca'nın hobilerinden biri olduğu belirtilmiştir (Aranan kan 1985: 22).

Popüler radyo-TV dergilerinin kadın yayıncıların bireyselliğine yaptığı vurgu dönemin basınını karakterize eden lüks tüketimi kamçılama eğiliminden de beslenmiştir. TV sunucusu Jülide Sönmez hakkındaki bir haber "*Kendisine boş vakit ayıramamaktan yakınan Jülide Sönmez'in en büyük tutkusunun otomobilini kullanmak olduğunu*" (Radyodan televizyona 1989: 5) duyurur. "Güzel spikerin şimdi altında gıcır gıcır bir Renault var" başlıklı benzer bir haber de TV haber spikeri Şengül Karaca'nın eşinin ona araba hediye ettiğini bildirmektedir. Görselde Karaca spor kıyafetleriyle yeni arabasını sürerken görülür. Makale söz konusu arabanın özelliklerini de ayrıntılarıyla listelemiş; ardından Karaca'nın bu arabaya neden ihtiyaç duyduğunu, hem mesleğinin hem de hane içi rollerinin altını çizerek açıklamıştır: "*Kimilerine göre lükstü araba, kimilerine göre ise gereksinim. Ama Karaca gibi dakikaların bile çok önemli olduğu bir işte çalışanlar için gereksinimdi kuşkusuz. Zamanında ve rahatça işine gidip gelebilmek, Başkent'in gürültüsünden kaçıp ailece yorgunluk giderebilmek ve oğlu Can'la birlikte tatil günlerini değerlendirmek için...*" (Güzel spikerin 1985: 22).

Yael Navaro Yashin'in (2002: 80) belirttiği üzere, 1980 sonrasının kitle tüketimi toplumunda tüketim tarzları kişisel kimliğin en önemli gösterenlerin biri olarak algılanmış ve kodlanmıştır. İnsanlar kamusal yaşamda kimliklerini tüketim biçimleriyle doğrulamışlardır. Kimliğin tüketim tarzları üzerinden belirleniyor olması kadın yayıncıların popüler basındaki temsilini de etkilemiştir. Örneğin, meslek sahibi bu kadınlar artık radyo-TV dergilerinde son moda kıyafetleri tanıtan modeller olarak da rol almaya başlarlar. Bu eğilimi örnekleyen dergi haberlerinden biri "Canan Kumbasar Paris kokuyor" başlığıyla Kumbasar'ı evinde dönemin modası olan çeşitli kıyafetler içinde karşımıza çıkarır. Haberin dili bir kadının bireysel karakterini giyim tarzıyla ortaya koyduğuna dair hâkim savın etkisi altındadır: "*Yerine göre bir etek bluz, yerine göre bir pardösüye, yerine göre de kürküne bürünür Kumbasar. Ve şıklığını yine yerine göre bir eşarp siyah bir fotr şapka ve bir çift eldiven gibi aksesuarlarla birleştirir. İşte şıklığının en önemi sırları da burada, 'yerine göreliğindedir' güzel sunucunun... Belli bir stil hâkimdir giyiminde... Canan Kumbasar'ın giysilerindeki ortak özellik de değişik bir klasisizm, asil bir tarz ve zengin görünüm*" (Canan Kumbasar 1984: 15)



Fotoğraf – 5. Canan Kumbasar yeni moda kıyafetleriyle (Kaynak: Canan Kumbasar Paris Kokuyor (1984) TV'de 7, 6, s. 15)

Aytaç Kardüz'le ilgili benzer bir haberde Kardüz şöyle tarif edilir: “Yıllar yılı haftanın birkaç günü karşımızda olmuş, değişik saç biçimleriyle, üzerine giydiği şık ve zekki elbiseleri ile adeta ekranlardan yılın modasını yansıtmıştır” (Ve Aytaç Kardüz 1985: 3).

Gerçekten de 1970'lerin aksine, 1980'lerde kadın bedenini ön plana çıkarmaya yönelik bir eğilim kadın yayıncıların popüler imgelerini de belirler olmuştur. Bir önceki on yılda yayıncı kadınların fiziksel görünümünün meslekleri için önemine vurgu yapmaktan genel olarak kaçınılmışken, 1980'lerde kadın bedeni artık sadece ekranda sergilenmeyecek, kişisel bakım ve lüks ürünlerin tüketimi yoluyla üzerine de yatırım yapılacak bir değerdir. Bedensel görünümün kadın yayıncılar için önemine dikkat çeken haberlerden biri 1985 yılında Telemagazin'de yayınlanmıştır. Bu haber Almanya'nın ulusal televizyon kanallarından birinde ara-spiker olarak çalışan Jale Arıkan'ı tanıtır. Haberde Arıkan'ın “şık ve zarif” görünümü sayesinde milyonlara seslenme şansı yakaladığı söylenmiştir (Alman ekranındaki 1985: 10). Benzer bir başka haber kadın TV sunucularından birini yeni görünümü ve kıyafet tarzıyla okuyucunun karşısına çıkardıktan sonra şöyle der: “TV'nin güzel spikeri kendini tepeden tırnağa yeniledi” (Bu ne değişiklik 1986: 24).

Aslında daha 1970'lerin sonuna doğru popüler radyo-TV dergileri kadın yayıncıların fiziksel görünümünü ön plana çıkarmaya başlamış ve kadınların sadece meslekleri için değil “kadınsı” rolleri gereği de fiziksel görünümüne özen göstermeleri gerektiği fikrini beslemiştir. Örneğin, TV haber spikeri Sevinç Yemişçi hakkında 1978 yılında yayınlanan bir magazin haberi Yemişçi'nin görünümünü yenileme sebebinin evlenmesi olduğunu söyleyerek şöyle devam eder: “Şimdi anladık Sevinç Yemişçi'deki o büyük değişikliğin nedenini... Ekrana çıktığı ilk günlerde dikkatsiz makyajı, gelişigüzel giyimi ile hayli tenkit edilmişti. Ama onca tenkide rağmen,

ne makyajına ne de giyimine özen göstermemiştir. Derken... çiçek misali açılıverdi Yemişçi. Saç şeklinden yürüyüşüne, makyajından giyimine kadar her şeyini değiştirdi. Hatta kendine 'estetik ameliyat' bile yaptırdı. Neden böylesine değişmek gereğini duymuştu, bir türlü çözemiyorduk. Meğer gizli evlilik hazırlığındaymış" (TV'den Amerika'ya 1978: 9).

Bedene yapılan bu vurgu, 1980'lerde çok daha gözle görülür olmuştur. Kadınlardan artık hem "erkekleri elde etmek" hem de ekranda popülerlik kazanmak için fiziksel görünümüne özen göstermeleri beklenmektedir. Bu beklentiye kıskırtan bir magazin haberi "Tendü Hanım'ın kuaför sefası"nı okuyucularına anlatır. Görseller, Tendü (Koşal) Yılmaz'ı kuaförde saçını yaptırırken göstermekte ve şöyle demektedir: "Her hanımın güzel görünmek için özellikle bulduğu bir yol vardır. Ekranlarımızın güzel spikeri Tendü Koşal da bu konuda saçlarına önem verir. Tam sekiz yıldır aynı kuaföre giden güzel spiker haftanın üç günü mutlaka saçlarını yaptırır" (Tendü Hanım'ın 1982: 25). Haberde Tendü (Koşal) Yılmaz'ın fiziksel görünümüne özen göstermesinin iki temel sebebi olduğu söylenir: "Güzel spiker haftanın üç günü kuaföre uğramasını işine ve eşinin isteğine bağlamaktadır." Haber (Koşal) Yılmaz'ın şu sözünü de alıntılar: "Çünkü her zaman bakımlı olmayı gerektiren bir işim, beni en az ekrandaki kadar bakımlı görmeyi arzulayan bir eşim var" (Tendü Hanım'ın 1982: 25).



Fotoğraf – 6. Tendü Yılmaz Koşal kuaförde (Kaynak: Tendü Hanım'ın kuaför sefası (1982) TV'de 7, 23, 25)

TV sunucusu Ayşe Egesoy'la yapılan bir röportaj da fiziksel görünümün TV yayıncılığı için önemini tartışır. Ayşe Egesoy'a bu bağlamda kıskırtıcı bir soru so-

rulmuştur: “Ayşe Hanım ekrana çıkan sunucular içinde en çok göze batan kişi olduğunuz söyleniyor. Elbiseniz, küpeniz, saçlarınız, takılarınız milletin dilinde dolaşüyor. Siz bu konuda ne diyorsunuz?” (Ayşe Egesoy’la söyleşi 1987: 15) Egesoy bu soruya verdiği yanıtta özellikle basının kadınların mesleki kimliklerini fiziksel görünümüne indirgemelerinden yakınmıştır: “Bu işin üstüne basın gitti. Benim yaptığım işle değil de elbiseyle küpeyle ilgilenildi. Oysa yaptığım iş hiç de küçümsenecek bir iş değil. Benim 40-45 dakikalık bir programa hazırlanmam yaklaşık 25 günümü alıyor. Program metinlerini ben yazıyorum... Kamera karşısına geçmek için hazırlanmam ise ancak 45 dakikamı alıyor. İnsanların 25 günü bir kenara itip 45 dakikanın ve bir küpenin peşine düşmeleri bana ters geliyor” (Ayşe Egesoy’la söyleşi 1987: 16).

Öte yandan, aynı röportaj kadın yayıncıların da meslekleri hakkındaki algılarının 1980’lerde değişmeye yüz tuttuğunu açığa çıkarmaktadır. Örnek vermek gerekirse, Egesoy izleyicinin onun fiziksel görünümüne odaklanmasını bizzat kendisinin kışkırtıp kışkırtmadığıyla ilgili soruya şu yanıtı verir: “İnsanlar zaten günlük yaşamlarında çeşitli güçlükler, zorluklar yaşıyor. Akşam evlerine döndüklerinde, televizyonu açtıklarında onlara eli yüzü düzgün bir şekilde seslenen kişiyle biraz olsun soluklandıklarını, o ağır şartların etkisinden bir anda olsa sıyrıldıklarını düşünüyorum. Ayrıca bir kadın olarak, milyonlara seslenen bir kadın olarak, bakımlı olmak gerekiyor. İnsanlar güzel şeyler görmek istiyor artık” (Ayşe Egesoy’la söyleşi 1987: 16).

Ayşe Saktanber (1993: 218) 1980’lerde popüler dergilerdeki hâkim kadınlık imajları arasından en sık karşılaşılanının “cinselliğini cüretkârca sergileyen serbest ve davetkâr kadın” olduğunu yazmıştır. TRT’yle organik bağı bulunmayan kadın yıldızların cinsel açıdan kışkırtıcı nesnelere temsil olarak 1980’lerde popüler radyo-TV dergilerinde de neredeyse bir norm haline gelmiştir. Öte yandan, TRT’de çalışmakta olan kadın yayıncıların popüler imajında bu açıdan bir fark söz konusudur. Fiziksel görünümünü öne çıkarsalar da, popüler radyo-TV dergileri yayıncı kadınların cinselliğiyle ilgili olarak “zarafet” ya da “kişisel bakım” dışında herhangi bir çağrışım yapmaktan genellikle kaçınmıştır.

Nitekim cinsellik 1980’lerde TRT Televizyonu’nun tabularından biri olmaya devam etmiştir. Bazı televizyon sanatçıları televizyonda cinselliğe uygulanan sansüre karşı tepkilerini açıkça dile getirmişlerdir. Örneğin Ayşen Gruda bu konuda şöyle der: “Sanatçı olarak TRT ile ağrılarım var. ... ‘Aman onu giyme, aman kolunun altı görünmesin,’ diyor; kadın-erkek ilişkilerinden söz eden her şeye yasak koyuyorlar. Ekranda öpüşmek mümkün değil, cinsellikle ilgili hiçbir şey yapamıyorsun. Oysa yaşamda bunlar da var” (Ayşen Gruda’ya göre 1989: 6).

Televizyon genellikle kadınları “fedakâr ve sadık ev kadını/anne”ler olarak resmetmeye devam etmişse de, ekrandan evlere ulaşan kadınlık imajı kesinlikle yekpare değildir. Cinsellik devlet televizyonunda tabu olmayı sürdürmüş olabilir; ancak özellikle renklenmiş ve çeşitlenmiş televizyon reklamları kadın bedenini ön plana çıkararak cinsel arzuları kışkırtmaktan kaçınmamıştır. Bu bağlamda “Reklamlar

seks kokuyor” başlıklı bir dergi haberi “*Kapılarını cinselliğe kapatan TRT’nin ekranda yansımak için reklamları kullanan cinselliği ise görmezden geldiğini*” söyleyecektir. TRT’yi “*belli yasaklar, gelenek görenekler ve sosyal kaygılar arasında yayın yapmaya çalışan bir kurum*” olarak tanımlayan haber, TRT’nin yabancı ve yerli yapımlara cinsellik konusunda uyguladığı sansüre rağmen reklamlardaki cinselliği engellemediğini dile getirmektedir. İlginç olan odur ki, bizzat bu haberde cinselliğin ekrandaki görünürlüğüne karşı muğlak bir tavır takınılmıştır. Bir yandan ürünlerini cinselliğe yaptığı referanslarla pazarlamayı başaran reklamcılar tebrik edilirken diğer yandan bu reklamcılar “*Türk ailesinin huzurunu kaçırmama*” konusunda uyarılmaktadır (Reklamlar 1985: 30).

“*Özel hayatın ve cinselliğin bireyselleşme ve özgürleşme söylemi içinden kışkırtıldığı bir dönem*” (Gürbilek 2009: 12) olan 1980’lerde bu kışkırtmanın baş aktörlerinden olan popüler basının devlet televizyonunda cinselliğin görünürlük kazanmasına karşı takındığı muğlak tavır nasıl anlamlandırabiliriz? Popüler basının cinselliği tahrik etmesiyle, aileyi ekrandaki “*müstehcen*” içerikli görüntü ve mesajlara karşı koruma çağrısı arasında görünüşteki uyumsuzluk aslında uzlaşmaz bir çelişki olmaktan ziyade 1980’lerde liberalizmin muhafazakârlıkla girdiği yeni ve sıkı işbirliğinin ürünü olarak değerlendirilebilir. 1980’lerin hâkim söyleminin yapı taşlarından biri özgürleşmiş birey kültürü ise, diğeri neo-liberal form kazanmış muhafazakârlıktır. Bu hâkim söylem pazarın devlet müdahalesi olmadan serbestçe oluşumunu hedeflerken aileyi de ahlaki bir kurum olarak yüceltmıştır. Başka bir deyişle, dönemin neo-liberal atmosferinde, değişim taleplerinin hedefinde ekonomi varken, çekirdek aile ise muhafaza taleplerinin odak noktası olmuştur (Yılmaz 2006: 3). Popüler basının cinsellekle ilgili söylemi ise muhafazakârlığın liberalizmle işbirliğinin yansıdığı alanlardan sadece biridir.

Popüler radyo-TV dergileri ekrandaki cinsel içerikli metinler hakkında gerçekten kışkırtıcı pek çok haber yayınlamıştır. Bu haberler de söz konusu muğlak tavır örneklemektedir. Dergiler bir yandan “*Türk ailesinin muhafazakâr yapısını korumak*” adına televizyonda cinsel arzuların kışkırtılmasına karşı bir duruş sergilerken, diğer yandan ekranda görünen kadın sanatçıların varlıklarını cinsel cazibelerine indirgeyen bir görsel ve yazılı dil kullanmıştır. Örneğin 1987’de TV’de 7’de yayınlanan bir haber okuyucularına “*Ekrana giden yol yataktan mı geçiyor?*” sorusunu sorar ve ünlü bir ekran yıldızının kariyeri ile ilgili itiraflarına yer verir. Kadın dizi oyuncusu, çeşitli erkek TV yapımcılarının cinsel tacizine uğradığını açıklamaktadır (Ekrana giden yol 1987: 4). Haber cinsel tacize karşı muhalif bir tavır takınır. Ancak haberin görselleri söz konusu kadın yıldızı cinsel bir cazibe nesnesi olarak sergilemekten kaçınmaz. Örneğin bir resimde kendisini yatakta yarı çıplak bir vaziyette uzanırken görürüz.

Popüler basının ekrandaki cinselliğe karşı takındıkları muğlak tavır özellikle 1985’te yayımlanan *Duvardaki Kan* adlı diziyile ilgili tartışmalarla açığa çıkmıştır.

Bu dizi, Birinci Dünya Savaşı yıllarındaki Ermeni Tehciri'ni konu almaktadır ve yayımlandığı dönemde yüksek bütçesi ve oyuncu kadrosuyla kamuoyunun gündeminin ilk sıralarına yerleşmiştir. Popüler radyo-TV dergilerinin diziyile ilgili haberlerinde en sık tartışılan konulardan biri dizi oyuncularından olan ve "çıplaklığıyla gündeme gelen" Meral Zeren'in dizide Talat Paşa'nın karısını canlandırmasıdır. Örneğin Telemagazin TRT'yi böyle bir dizide "sansasyonel" bir kadın yıldızı oynattığı için sert bir dille eleştirir. Zeren'in "vücudunu sergileyerek" popülerlik kazandığı söylenir. TRT'nin Zeren'in yerine yine "çıplaklığıyla meşhur" başka bir kadın artiste görev vereceği söylentilerine karşı Telemagazin, TRT yapımcılarını "sağduyu"ya davet eder ve Zeren'in yerine "değerli bir tiyatro oyuncusu"nun oynatılmasını salık verir (Bir çıplak gitti 1986: 18).

TV'de 7 Gong da söz konusu diziyile ilgili olarak TRT'yi eleştirerek Telemagazin'i izler. Dergide dizi hakkında yayınlanan röportajlardan birinde, Talat Paşa'nın üvey oğlu şu soruyu sorar: "Talat Paşa'yı bir tiyatro sanatçısı oynarken benim annemi neden Meral Zeren canlandırıyor?" Annesini ise şöyle tanımlar: "Benim annem ata binen, Paşa ile gezintilere çıkan, son moda binici giysileri giyen, çarşaf ve peçeyi hayatı boyunca kullanmayan çok modern bir kadındı" (Annemi 1985: 24) Bu sözlerin hemen üstündeki görselde Meral Zeren okuyuculara çıplak bir şekilde uzandığı yataktan bakmaktadır. Bu resmin yanındaysa ise Talat Paşa ve karısını gösteren bir görsel yer alır. Bu iki görselin yan yana kullanımı özellikle Talat Paşa'nın eşinin "zarafeti ve kocasına sadakati" ile Zeren'in temsil ettiği "davetkâr kadın" figürü arasındaki zıtlığı vurgulamak amacını gütmektedir.

TV'de 7 Gong'daki başka bir haberin diziyile ilgili başlığı ise "Ve duvardaki kan ekrandaki leke oldu"dur. Meral Zeren'in diziyile "uygunsuzluğu"nın altını çizen haber, dizinin başka bir kadın oyuncusu Emel Tümer'in adının karıştığı "yasak aşk ilişkisi" hakkında da okuyucuları bilgilendirmektedir. Haberde bu "skandal"la ilgili olarak şu yorum yapılmıştır: "Tüm bu uyarılara karşın gerekli önlemleri almakta gösterilen kararlılık, sonunda Emel Tümer'in neden olduğu skandal ile noktalanıyordu... Yerli dizilerle ekranı çıplaklara açan TRT'ciler böylece Duvardaki Kan'ın ekrandaki leke olmasını engelleyemiyorlardı" (Ve duvardaki kan 1985: 13) Haberin yazarları TRT Televizyonunu cinsel arzuları kışkırtmakla suçlarken, Tümer'i iç çamaşırlarıyla resmederek okuyucunun cinsel arzularını bizzat tahrik etmekten de geri durmazlar. İronik olan odur ki, bu görselin spotunda şu yazar: "Hassas Konuya Çıplak Oyuncu: Yeşilçam'ın çıplaklarından olan Emel Tümer'e özel yaşamı dikkate alınmadan Duvardaki Kan'da rol verildi" (Ve duvardaki kan 1985: 14)

SONUÇ

Hem 1970'lerde hem de 1980'lerde TRT'ye bağlı olarak çalışan kadın yayıncılar, popüler radyo-TV dergilerinde, çeşitli değişikliklere ve sapmalara karşın, çoğunlukla hane içi rolleriyle ev kadını/anne ya da ev kızı olarak resmedilmişlerdir.

Mesleki kimlikleri de kadınsı rollerinin kamusal yaşama bir uzantısı olarak kodlanmış ve kutlanmıştır.

Öte yandan 1980'lerin hâkim bireyselleşme söylemi popüler radyo-TV dergilerinin kadın yayıncıları temsil biçimini derinden etkilemiş görünmektedir. Bu etki özellikle dergilerin kadınların ev içi rolleriyle ilişkisi bulunmayan kişisel ilgi alanlarına yaptığı vurguda ortaya çıkmaktadır. Gerçekten de, özel yaşama duyulan ilgideki artış ve çeşitlenme, 1980'lerin yazılı basınının temel karakteristiklerinden biri olmuştur. Daha önce mahrem sayılan pek çok konu artık kamuoyunun gündeminde. Mahreme yönelik bu ilgi karşısında kadınlar da 1980'lerde kendi özerk seslerini duyurma çabası içine girmişler ve güçlenen ve gelişen kadın örgütleri kadınların daha önce dile getirilmemiş pek çok sorununu gündeme taşımışlardır. Ancak, kadınlarla ilgili söylemin gelişmesi bizzat kadının özgürleşmesi olarak kabul edilmemelidir. Nitekim popüler kültür örneklerinden anlaşıldığı üzere kadınlar kamusal alana halen büyük oranda “*ev kadını anneler*” ya da “*cinsel arzuların nesnelere*” olarak davet edilmektedir.

Öte yandan, popüler kadınlık imgeleminde belli belirsiz bir değişim de söz konusudur; popüler kültürde kadın artık kariyer sahibi olmak isteyen ve bedenini keşfeden bir birey olarak da karşımıza çıkar. Kadın imajındaki bu değişim popüler radyo-TV dergilerindeki yayıncı kadın imajını da etkilemiştir. 1970'lerde bu kadınlar popüler basında çoğunlukla “*kahraman ev kadınları*” olarak yer alırlarken, 1980'lerde ev içi kimlikleriyle mesleki kimlikleri arasında denge kurmaya yönelik bir eğilim söz konusudur. Özel olarak söylemek gerekirse, 1980'ler özel yaşamında da başarılı olması beklenen meslek sahibi kadın imajını karşımıza çıkarmıştır. Özellikle dergilerde kullanılan görsel malzemeler yayıncı kadınları annelik gibi ev içi rollerini ön plana çıkararak okuyucularına tanıtmaya devam etmişse de, yayıncı kadınlar kariyer ve meslek sahibi kimseler olarak da sık sık bu dergilerin sayfalarında yer almışlardır. Dahası, bir önceki dönemin aksine, 1980'lerde üzerlerindeki çifte yükten bahsetme fırsatını da yakalamışlardır. Hatta zaman zaman bizzat yayıncı kadınlar bu dergilere verdikleri röportajlarda “*kahraman ev kadını*” imajını bozulmaya uğratan bir söylem içinden konuşmuşlardır.

Daha da önemlisi, 1980'lerde popüler radyo televizyon dergileri artık kamerayı kadın yayıncıların bireyselliğine tutmaya başlamıştır. Bu vurgu, özellikle eğitimin değişen tanımında görülmektedir. Eğitim kadın yayıncıların popüler imajlarının kurucu unsuru olmuştur. Özellikle 1970'lere ait magazin haberlerinde kadın yayıncıların neredeyse eğitim hayatlarıyla ilgili her ayrıntı okuyucuya sunulmuştur. Bu bağlamda 1970'lerden 1980'lere değişiklik gösteren ise, 1970'lerde devletin, dönemin kalkınmacı söylemiyle uyum içinde, “*koruyucu kollayıcı baba*” olarak tanımlanmasına karşın, 1980'lerde eğitimin kadınlar için daha çok bir kişisel gelişim yolu olarak tanımlanmış olmasıdır.

Kadınların kişisel zevklerine ve hobilerine olan vurgu da yaygınlık kazanan bireyselleşme söyleminin popüler basındaki yansımalarından biridir. Dergilerin kadınların bireysel ilgi alanlarına odaklanması basın lüks tüketimi kamçılama güdüsünden beslenmiştir. Nitekim popüler radyo televizyon dergileri kadının bireyselliğini tüketim tarzıyla gösterip ifade edebileceği savını pekiştirmişlerdir. Ayrıca, kadın yayıncıların popüler imajında artık beden lüks ürünlerin ve hizmetlerin tüketimi aracılığıyla üzerinde yatırım yapılacak ve ekranda sergilenecek bir nesnedir. Özellikle 1980'lerin ikinci yarısında, beden kadın yayıncı imajının önemli bir boyutu haline gelmiştir. Öte yandan, kadın yayıncıların cinselliği "kişisel bakım" ve "zarafet" dışında pek dile getirilmemiştir. Ancak, dergiler doğrudan TRT'ye bağlı çalışmayan ekran yıldızlarını cinsel arzuların nesnesi olarak kodlamaya çok daha cüretkâr bir şekilde devam etmişlerdir.

Bizzat bu dergiler cinselliğin ekrandaki görünürlüğüne karşın muğlâk bir tavır benimsemiş görünmektedirler. Bir yandan, kadın sanatçıları resmederlerken cinsel arzuları tahrik etmişler; diğer yandan zaman zaman TRT'yi "müstehcenliği Türk ailesinin içine sokmak"la eleştirmişlerdir. Görünüştaki bu muğlâklık şaşırtıcı değildir; çünkü 1980'ler yalnızca cinselliğin ve özel hayatın bireyselleşme ve özgürleşme söyleminin nesnesi olduğu bir on yıl değildir. Aynı zamanda ailenin muhafazakâr bir toplumun sağlam temeli olarak yüceltildiği bir dönemdir. Popüler radyo-TV dergilerinin ekrandaki cinselliğe yaklaşımı da 1980'leri karakterize eden ve hatta televizyon yayınlarını da etkilemiş olan bu kombinasyonun, yani muhafazakârlıkla liberalizmin işbirliğinin, yansımalarından biridir.

KAYNAKÇA

- Abu-Lughod L (2011) *Dramas of Nation: The Politics of Television in Egypt*, University of Chicago Press, Chicago.
- Ajans Okurken Deprem Olursa (2 Ekim 1972) *Milliyet*, 5.
- Alman Ekrandaki İlk Türk Spiker (1985) *Telemagazin*, 24, 10.
- Annemi Meral Zeren Mi Canlandırarak? (1985) *TV'de 7 Gong*, 28, 24.
- Aranan Kan Bulundu (1985) *Telemagazin*, 25, 22.
- Arkadaşları Diyor Ki: "Seçil'in Sahneye Çıkması Zamansız Oldu" (18 Aralık 1972) *Milliyet*, 4 -5.
- Ayşe Egesoy'la Söyleşi (1987) *TV'de 7*, 33, 15.
- Ayşe Egesoy: Üç Parçaya Bölündü (1985) *Telemagazin*, 9, 30.
- Bali R (2008) *Tarz-I Hayattan Life- Style'a: Yeni Seçkinler, Yeni Mekanlar, Yeni Yaşamlar*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Başarılı Gençler'in* Sunucusu İki Başarılı Gencin Annesi (1982) *TV'de 7*, 14, 14.
- Bayan Bacak (1975) *TV'de 7 Gün*, 12, 41.

Bir Çıplak Gitti Bir Çıplak Geldi (1986) Telemagazin, 3, 18.

Bir Varmış Bir Yokmuş (23 Ekim 1972) Milliyet, 5.

Brundson C (1998) Feminism And Soap Opera, K Davies, J Dickey & T Stratford (eds), Out of Focus: Writing on Women And The Media, The Women's Press, London.

Bu Ne Değişiklik (1986) Telemagazin, 11, 24.

Canan Kumbasar Paris Kokuyor (1984) TV'de 7, 6, 15.

Çirkin Kraliçe de Hürriyeti Seçiyor (1978) TV'de 7 Gün, 30, 9.

Çocuklara Ekranı Sevdiren Kadın (1986) Telemagazin, 10, 30.

Çocukların Sevimli Ablası Mehtap Dinçler Dertli: "Çocukları Sevmekten Çocuk Sahibi Olamıyorum" (1974) Hey, 4, 45.

Deniz Adanalı'nın da *Kadın Ve Ev*'den Şikayeti Var (8 Ocak 1973) Milliyet, 3.

Dominick J R & Rauch G E (1972) The Image of Women in Network TV Commercials, Journal of Broadcasting, 16 (3), 259 – 265.

Ekrana Giden Yol Yataktan mı Geçiyor: Ece Berkant'tan Yeni İtiraflar (1987) TV'de 7, 52, 4.

Ekranında Abla, Evinde Anne (1985) Telemagazin, 12, 25.

Ekranlardaki Gelin İngiltere Yolcusu (1985) Telemagazin, 24, 30.

Esra Bora'da Ne Marifetler Var: Sunucunuz Kanun da Çalar (1985) Telemagazin, 27, 35.

Friedan B (1963) The Feminine Mystique, Penguin, London.

Genco'ya Erkeklik Yolunu Açanlar (1985) Telemagazin, 23, 6-8.

Gerçek Bir Pollyanna: Bu Kadın Mutlu Olmasını Biliyor (1985) Telemagazin, 33, 13.

Gürbilek N (2009) Vitrinde Yaşamak: 1980'lerin Kültürel İklimi, Metis Yayınları, İstanbul.

Güzel Spikerin Altında Şimdi Gıcır Gıcır Bir Renault Var (1985) TV'de 7 Gong, 12, 22.

Hanımlar Sizin İçin'de Karne Sevinci (1985) Telemagazin, 22, 21.

Hepke L (1992) Tales of the Working Girl: Wage Earning Women in American Literature 1890 – 1925, Twayne, New York.

İçimizden Biri: Onun Evi Radyo Evi (1975) TV'de 7 Gün, 7, 11 – 12.

- İşte Milyonları Büyüleyen İzmirli (1984) TV'de 7, 11, 19.
- İtalyanlar Nur Erbay İçin Şahane Film Artisti Diyor (20 Kasım 1972) Milliyet, 3.
- İyi Aşçılardan Kim Kaldı: Dikkat, Parmaklarınızı Yiyebilirsiniz! (1979) TV'de 7 Gün, 52, 23.
- İzmirli Bekârlar Boşuna Ümitlenmeyin: İzmir Radyo Ve Televizyonu Dışarıya Kız Vermiyor (1975) TV'de 7 Gün, 40, 8 – 10.
- Jülide Gülizar 16 Yıl Sonra Yine Gülüyor (1980) TV'de 7 Gün, 9, 3 – 4.
- Kadın Dünyası (2 Haziran 1975) Cumhuriyet, 9.
- Kendine Geçer Not Verdi (1985). TV'de 7 Gong, 28, 23.
- Keyder Ç (2007) Türkiye'de Devlet Ve Sınıflar, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Marcellus J (2006) Woman as Machine: Representations of Secretaries in Interwar Magazines, Journalism and Mass Communication Quarterly, 83(1), 101 – 115.
- Mikrofonda 25 Yıl (1975) TV'de 7 Gün, 11, 12 – 15.
- Moral Dopingi: Fatma Tokçalaban'a Tatil Yaradı (10 Temmuz 1989) Milliyet, 6.
- Mulvey L (1975) Visual Pleasure and Narrative Cinema, Screen, 16, 6 - 18.
- Navaro-Yashin Y (2002) Faces of the State: Secularism and Public Life in Turkey, Princeton University Press, Princeton.
- Oktay A (2002) Türkiye'de Popüler Kültür, Everest Yayınları, İstanbul.
- Okuyucu Eleştirileri (15 Ocak 1973) Milliyet, 2.
- Okuyucu Eleştirileri (25 Aralık 1972) Milliyet, 2.
- Radyodan Televizyona: Akşama Doğru'nun Spikeri Canlı Yayını Seviyor (1 Ağustos 1989) Milliyet, 7.
- Reklamlar Seks Kokuyor (1985) Telemagazin, 35, 30.
- Reklam Yıldızları (1975) TV'de 7 Gün, 12, 40 – 41.
- Ryan M B (1975) Womanhood in America: From Colonial Times to Present, New Viewpoints, New York.
- Sağolasın Atilla İlhan (1979) TV'de 7 Gün, 52, 25.
- Saktanber A (1993) Türkiye'de Medyada Kadın: Serbest, Müsait Kadın veya İyi Eş, Fedakâr Anne. Ş. Tekeli (der), 1980'ler Türkiye'sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Sancar S (2012) Türk Modernleşmesinin Cinsiyeti: Erkekler Devlet, Kadınlar Aile Kurar, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Sevgin E (1979) Bu Dergiyi Neden Okursunuz? TV'de 7 Gün, 21, 5.

Soyadı Uzadı Günleri Kısaldı (1986) Telemagazin, 13, 40.

Söz Kesmeye Geldiler Yüzüğü Takıp Gittiler (1984) TV'de 7 Gong, 50, 3.

Storey J (2009) Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction, Pearson Education Limited, Essex, Britain.

Televizyona İki Yeni Sunucu Geldi (1984) TV'de 7, 11, 19.

Tendü Hanım'ın Kuaför Sefası (1982) TV'de 7, 23, 25.

Tendü Koşal: "Çocuğum Analı Babalı Yetim Olarak Büyüyecekti" (1987) TV'de 7, 33, 13.

Tendü Okullu Oldu (1984) TV'de 7, 15, 14.

TRT Defteri Kapandı Emeklilik Defteri Açıldı (1981) TV'de 7 Gün, 15, 14 – 15.

TRT Haber Merkezi'nde Karne Sevinci (1985) Telemagazin, 22, 15 – 16.

TV'de 7 Gün'ün 10 Yıl Yazı İşleri Müdürlüğünü Yapan Erdoğan Sevgin Derginin Çıkışını Anlatıyor (2008), <http://nostalji.anilarim.net/forum/lofiversion/index.php/t260.html>, erişim tarihi: 14 Haziran 2011.

TV'den Amerika'ya Bir Gelin Daha (1978) TV'de 7 Gün, 30, 9.

TV'den Şikâyet: Ayşen Gruda'ya Göre Yasaklar El Kol Bağlıyor (9 Ağustos 1989) Milliyet, 6.

TV'nin 5 Dekoratöründen Biri (26 Mart 1973) Milliyet, 5.

Ülkü Kuranel'in Spikerlik Hayatı Şu Kelimelerle Başladı: "Doris Day'i Dinlediniz" (1975) TV'de 7 Gün, 15, 11- 13.

Ve Aytaç Kardüz Nikâh Masasında (1985) TV'de 7, 8, 3.

Ve Duvardaki Kan Ekrandaki Leke Oldu (1985) TV'de 7 Gong, 46, 13.

Yılmaz H (2006) Türkiye'de Muhafazakarlık, Aile, Din, Batı, http://hakanyilmaz.info/yahoo_site_admin/assets/docs/os1-conservatism-sunus-yorumlar1.28465456.pdf, erişim tarihi 25 Kasım 2011.

Yuvasının Kadını Canan Oğuz (1981) TV'de 7, 18, 2.