

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER BİLİM DALI
REKLAMCILIK ve TANITIM BİLİM DALI

REKLAMLARDA HETEROSEKSİST YAKLAŞIM

Yüksek Lisans Tezi

YENER BAYRAMOĞLU

İstanbul, 2009

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER BİLİM DALI
REKLAMCILIK ve TANITIM BİLİM DALI

REKLAMLARDA HETEROSEKSİST YAKLAŞIM

Yüksek Lisans Tezi

YENER BAYRAMOĞLU

DANIŞMAN: DOÇ. DR. NURHAN TOSUN

İstanbul, 2009

Marmara Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Tez Onay Belgesi

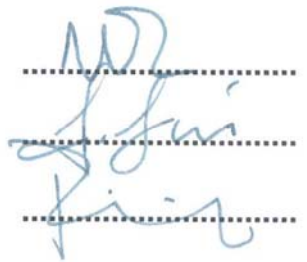
İLETİŞİM BİLİMLERİ Anabilim Dalı REKLAMCILIK VE TANITIM Bilim Dalı
Yüksek Lisans öğrencisi YENER BAYRAMOĞLU'nın REKLAMLARDA
HETEROSEKSİST YAKLAŞIM adlı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulunun
28.05.2009 tarih ve 2009-9/33 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından
oybirliği/oyçokluğu ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

Tez Savunma Tarihi : 8 / 6 / 2009

- 1) Tez Danışmanı : DOÇ. DR. NURHAN TOSUN
2) Jüri Üyesi : PROF. DR. FUNDA SAVAŞ GÜN
3) Jüri Üyesi : DOÇ. DR. FİLİZ AYDOĞAN



İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ŞEKİL LİSTESİ.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	iv
1. GİRİŞ.....	1
2. TOPLUMSAL CİNSİYETİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ BAĞLAMINDA CİNSİYETLERİN KURGULANIŞI	
2.1 Toplumsal Cinsiyetin Kavramsal Çerçevesi.....	2
2.2 Toplumsal Cinsiyete Dair Kuramsal Yaklaşımlar.....	14
2.3 Toplumsal Cinsiyetin Yarattığı İkilik Algısı.....	24
3. HETEROSEKSİZMİN İDEOLOJİK TEMELLERİ VE YANSIMALARI	
3.1 Heteroseksizme Dair Kuramsal Açıklamalar.....	44
3.2 Heteroseksist Nefret ve Tarihsel Yolculuğu.....	62
3.3 Heteroseksizmle Mücadele Etmek.....	75
4. ANLAMLARIN YENİDEN ÜRETİMİ ÇERÇEVESİNDE MEDYADA HETEROSEKSİST YAKLAŞIM	
4.1 Medyanın Yeniden Üretim İşlevi.....	85
4.2 Medyada Görünürlük ve Heteroseksizmin Yeniden Üretimi.....	97
4.3 Reklamlarda Heteroseksizmin Yeniden Üretilmesi.....	118
5. REKLAMLARDA HETEROSEKSİST YANSIMALARIN ANALİZİ	
5.1 Metodoloji.....	129
5.1.1 Araştırmanın Amacı ve Kapsamı.....	129
5.1.2 Örneklem.....	130
5.1.3 Araştırmanın Hipotezi ve Soruları.....	131
5.1.4 Araştırmanın Türü.....	132
5.2 Reklamlarda Heteroseksüel Temsiller.....	132
5.2.1 Reklamlarda Heteroseksüel Ailenin Temsili.....	133
5.2.2 Reklamlarda Heteroseksüel Aşkın Temsili.....	143
5.3 Reklamlarda Cinsel Azınlık Temsili.....	162
5.4 Araştırmanın Sonucu.....	174
6. SONUÇ.....	175
KAYNAKÇA.....	176

ŞEKİL LİSTESİ

	Sayfa No.
Şekil 1 : Arçelik Reklamı.....	137
Şekil 2 : Baliscreme Reklamı.....	140
Şekil 3 : B&M Club.....	142

GENEL BİLGİLER

İsim ve Soyadı:	Yener Bayramoğlu
Anabilim Dalı:	Halkla İlişkiler
Programı:	Reklamcılık ve Tanıtım
Tez Danışmanı:	Doç. Dr. Nurhan Tosun
Tez Türü ve Tarihi:	Yüksek Lisans – Haziran 2009
Anahtar Kelimeler:	Heteroseksizm, Reklamlar, Yeniden Üretim

ÖZET

REKLAMLARDA HETEROSEKSİST YAKLAŞIM

Heteroseksizmin yeniden üretim sürecinde reklamların konumu oldukça önemlidir. Reklamlar, sundukları maddi destekle sadece medyanın ayakta kalmasını sağlamaz ama çok dolaylı bir biçimde de olsa, medyanın içeriğine şekil verir. Bu çalışma ile heteroseksizmin reklamlar aracılığıyla ne şekilde yeniden üretildiği irdelenecektir.

GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname:	Yener Bayramoğlu
Field:	Public Relations
Programme:	Advertising
Supervisor:	Nurhan Tosun
Degree Awarded and Date:	Master- June 2009
Keywords:	Heterosexism, Advertising, Reproduction

ABSTRACT

HETEROSEXIST APPROACH IN ADVERTISING

Advertising has an important role in the process of reproduction of heterosexism. Advertising, with its financial support, doesn't only help media to sustain its existence, but also shapes the content of media. With this study, the role of advertising in process of reproduction of heterosexism will be discussed.

1. GİRİŞ

Heteroseksizm tıpkı diğer tüm ideolojiler gibi, varlığını ve meşruluğunu sürdürebilmek için, onu destekleyen araçlara ihtiyaç duyar. Althusser'den yola çıkarsak eğer, bu araçlar aile, okul, din gibi kurumların yanı sıra medya olarak karşımıza çıkar. Medya düzenli bir biçimde heteroseksüel temsillere yer vererek, bir bakıma bu temsil edilen yönelimin tek doğal / tek meşru / tek doğru yönelim olduğunu imler.

Bu süreçte reklamların konumu oldukça önemlidir. Reklamlar, sundukları maddi destekle sadece medyanın ayakta kalmasını sağlamaz ama çok dolaylı bir biçimde de olsa, medyanın içeriğine şekil verir. Nihayetinde medya, tepki toplamaktan ve reklamların desteğini yitirmekten korktuğu için heteroseksüelite dışındaki yönelimlerin temsillerine yer vermez.

Reklamlarda heteroseksüelite dışındaki yönelimlerin temsili söz konusu olduğunda ise, tıpkı medyadaki ürkekliğe benzer bir çekinceyle karşılaşırız. Buradaki temel kaygı ise tüketicinin desteğini yitirmektir.

Ancak bütün bu birbirini etkileyen süreçlere rağmen, özellikle Batı'da güçlenen cinsel azınlık görünürlüğüne ve pazarına paralel olarak her geçen gün cinsel azınlıklara yönelen reklamlarla karşılaşma ihtimali artmaktadır.

Aynı şeyi Türkiye için söylemek ise mümkün görünmüyor. Türkiye'deki reklamlarda heteroseksizm, cinsel azınlıkları görünmezliğe iterek ve heteroseksüelleri düzenli bir biçimde görünür kılarak işlemektedir. Ancak heteroseksüellerin sadece görünür olmaları değil, aynı zamanda görünür olma biçimleri de heteroseksizmin yeniden üretimine hizmet etmektedir.

Reklamlardaki heteroseksüellerin görünür olma biçimleri, büyük oranda heteroseksizmin kaynağını oluşturan ikili toplumsal cinsiyet mantığını temel almaktadır.

Bu mantık, ilk bölümde ele alınacaktır. Toplumsal cinsiyetin kavramının gelişimine ve bu kavrama yönelik geliştiren kuramlara değinildikten sonra, cinsiyetleri birbirinden farklılaştıran ikili yapı ele alınacaktır.

Bu ikili mantık üzerine şekillenen heteroseksizm ise ikinci bölümde detaylı bir biçimde irdelenecektir. Heteroseksüel ailenin / aşkın öne çıkışı ve bunun altında yatan dinamiklere değinildikten sonra, cinsel azınlıklara yönelen heteroseksist nefretin tarih boyunca ne şekillerde gün yüzüne çıktığı ele alınacaktır. Ardından da, medyadaki görünürlüğü de etkileyen cinsel azınlık mücadelelerin kısa bir tarihçesine yer verilecektir.

Batı medyasında özellikle 70’li yıllardan sonra cinsel azınlıklar daha sık görünür olmaya başlamıştır. Bunun altında yatan en önemli sebep ikinci bölümde özetine yer verilecek olan heteroseksizmle mücadeleydi. Bu mücadele medyayı dönüştürmeyi de hedeflemişti çünkü medya, heteroseksizmi ve heteroseksist nefreti dolaşıma sokan en önemli kurumların başında geliyordu. Medyanın yeniden üretim işlevine ise üçüncü bölümde yer verilecektir. Ardından da heteroseksizmi nasıl yeniden ürettiği örneklerle açıklanacaktır.

Üçüncü bölümde reklamların heteroseksizmin yeniden üretimindeki konumu de irdelenecektir. Aynı başlık altında reklamlardaki olası bir dönüşüm için ne gibi koşullara ihtiyaç duyulduğundan da bahsedilecektir.

Son bölümde ise Türkiye’deki reklamlar analiz edilecektir. Türkiye’deki reklamlarda heteroseksüel temsiliinin ne şekilde kurgulandığı irdelenecektir. Bunun karşılığında ise cinsel azınlıkların ancak belirsiz bir takım kodlamalar sayesinde görünür “gibi” olmaları örneklerle analiz edilecektir.

2. TOPLUMSAL CİNSİYETİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ BAĞLAMINDA CİNSİYETLERİN KURGULANIŞI

2.1. TOPLUMSAL CİNSİYET KAVRAMININ GELİŞİMİ

Simone de Beauvoir'un ilk kez 1949 yılında yayımlanan *İkinci Cins* başlıklı çalışması, yayımlandığı tarihten beri, özellikle feminizm ve toplumsal cinsiyet alanlarında çalışanlar için bir başyapıt olagelmıştır. Hiç şüphesiz ki, kendisinden sonra gelen her düşünür ve araştırmacı, *İkinci Cins*'e gönderme yapmak zorunda kalmıştır. Bir başka deyişle, bu alanda çalışanlar ya da düşünenler için, bu başyapıtta anlatılanlar adeta bir başlangıç noktası olmuştur.

Simone de Beauvoir'ın *İkinci Cins*'i bir başlangıç noktası olacak derecede önemli bir çalışmadır; çünkü de Beauvoir, kadının toplum içindeki ikincil konumunu açıklarken, bu alanda daha önce düşünenlerden farklı olarak iktidar mefhumuna başvurur. Kadının tarih boyunca, nasıl bir iktidar sistemi sebebiyle ikincil statüye düşürüldüğünü anlatır. Bu durumu anlatırken aynı zamanda psikolojik ve sosyolojik süreçlere de değinir. Simone de Beauvoir'dan önce, kadının toplum içindeki konumunun altında yatan dinamikler böylesine incelikle irdelenmemiştir. Benzer bir biçimde kendisinden sonra gelen, başta Monique Wittig ya da Judith Butler olmak üzere hemen her düşünür, toplumsal cinsiyeti çeşitli iktidar süreçleri açısından irdeler.

Simone de Beauvoir, kadınların ne tür süreçler sonucunda ikincil statüye düşürüldüğünü anlatırken, “ikinci cins” ve “öteki cins” ifadelerini kullanır. Bu ifadeleri kullanmaktaki amacı, dünyanın kuruluş sürecinde kadınların rol almasının engellenmesini, kadınların “öteki” konumuna itilmesini imlemektir. Bir başka deyişle,

kadınlar çeşitli iktidar ilişkileri sebebiyle, insanî *mitsein*^{*}'da yer alamamışlardır. Yer alamadıkları için hep dışarıda, öteki tarafta kalmışlardır. Bu sebeple hep insan dışı / başka bir varlık olarak görülmüşlerdir.

Kadınların ötekileştirilmesi, elbette iktidar süreçleriyle bağlantılıdır. Bir başka deyişle; kadınların bu konumu, çeşitli iktidar süreçleri tarafından kurgulanmış ve kontrol altında tutulmuş / tutulmaya çalışmış bir konumdur. Elbette bu “kontrol” ya da “kurgu” sadece kadınlara yönelik değildir. İşte bu noktada Beauvoir, cinsiyetlerin nasıl kurgulandığını, bir başka deyişle nasıl oluşturulduğunu anlamamız için bize önemli ipuçları sunar.

Yaptığı açıklamalar arasında en bilineni ve toplumsal cinsiyet açısından belki de en önemlisi; insanın kadın doğmadığı, sonradan kadın olduğudur. Tıpkı sonradan erkek olduğu gibi... Çünkü insanın dışısının ya da erkeğinin toplum içindeki görünüşünü ya da konumunu belirleyen herhangi bir biyolojik, ruhsal ya da kalıtsal bir temel yoktur. Nitekim çocuklar dünyayı cinsel organlarıyla ya da cinsiyetleriyle değil, elleri ve gözleriyle algırlar. Doğum travması ya da süten kesilme travması her iki cinsiyette de aynı şiddetle yaşanır. Her iki cinsiyetin de aynı ilgileri, zevkleri ya da korkuları vardır. Her iki cinsiyet, gelişimleri süresince psikolojik ve biyolojik olarak büyük benzerlikler gösterebilir de, toplumsallaşma sürecinde onlar için farklı kaderler çizilir. Beauvoir'ın dediği gibi, “çocuğun yaşamına başkalarının burunlarını sokuşu hemen hemen doğumla birlikte başlar ve küçük yaştan geleceği kulağına zorbaca fısıldanır.”¹

Çocuğun doğumuyla birlikte devreye giren iktidar süreçleri, çoğu kez fark edilmesi güç bir şekilde kendiliğinden işler. Bu sayede çocuk, sahip olduğu biyolojik cinsiyete “uygun” normları benimser / kanıksar ve bu normlara uyması gerektiğini öğrenir. Bir başka deyişle cinsiyetler, toplumsallaşma sürecinde şekillenir. Cinsiyetlerle toplumsallaşma süreci arasındaki bağa ise, Simone de Beauvoir'dan çok daha önce Sigmund Freud ışık tutmuştur. Hatta amacı bu olmasa da yaptığı çalışmalar, feminist ve toplumsal cinsiyet teorileri için bir kaynak olmuştur.

^{*} Almanca'da “Birlikte var oluş” anlamına gelir. Simone de Beauvoir, metinde bu kelimeyi kullanır.

¹ Simone de Beauvoir, **Kadın**, ç. Bertan Onaran, I.cilt, 3. baskı, İstanbul: Payel Yayınevi, 1974, s.264

Freud, *Üç Teori*'de her iki cinsiyetin karakterlerinin doğal olarak belirlendiği teorisini çürütür. Teorileriyle, bir kişinin belirli yaş evrelerinde yaşadığı deneyimlerinin, o kişinin duygusal ve cinsel dünyasını derinden etkilediğini gösterir.² Bir başka deyişle, dişi doğan çocuk içinde yaşadığı kültür sayesinde kadınlığı, erkek doğan çocuk ise erkekliği öğrenir.

Batı'da 18 yy.'dan itibaren cinsellik ve beraberinde cinsiyetler bilimsel merak alanına girmiştir. Freud biraz da böyle bir tarihsel ortamın ürünüdür. Michel Foucault'nun *Cinselliğin Tarihi*'nde uzun uzadıya anlattığı gibi, 18. yy sonundan, özellikle de 19. yy.dan itibaren hemen her disiplin, cinsellikle ilgilenmeye başlamıştır.³ Üstelik 18. yy.dan itibaren cinsiyetlerin kültürel ve sosyal karakterlerini, biyolojik karakterlerinden ayırma ihtiyacı git gide artmıştır.⁴

Batılı feminist düşünürler ve aktivistler arasında, 1970'li yıllardan itibaren toplumsal cinsiyet (gender) kavramının, kadınsılığın ve erkeksiliğin sosyo-kültürel çevre tarafından kurgulanması içeriğiyle kullanımı yaygınlaşmıştır. Böyle bir anlayışla cinsiyetleri toplumsal ve biyolojik olarak ayıran ve toplumsal cinsiyet kavramını bu içerikle ilk kullanan isimlerden biri Ann Oakley'dir. Oakley, 1972 yılında kamuoyuyla paylaştığı ve özellikle feminist çevre tarafından büyük ilgi gören *Sex, Gender & Society* başlıklı çalışmasında, *sex* (cinsiyet) ve *gender* (toplumsal cinsiyet) ayrımına gider. Oakley'e göre *sex*, biyolojik bir kavramdır; *gender* ise psikolojik ve kültürel. Ayrıca Oakley, cinsiyet kimliğinin oluşumunda biyolojik cinsiyetin etkisinin çok küçük olduğunu öne sürer. Oakley'in bu açıklamaları, çoğu çevrede büyük ilgi görür. Oakley'in toplumsal cinsiyet kavramının altını doldurması sayesinde, okul kitaplarından televizyon reklamlarına kadar, cinsiyetin kültürel ve psikolojik boyutunu şekillendirdiği düşünülen faktörler hummalı bir biçimde incelenmeye başlanmıştır.⁵

² R.W. Connell, **Toplumsal Cinsiyet ve İktidar**, ç. Cem Soydemir, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998, s.53

³ Michel Foucault, **Cinselliğin Tarihi**, ç. Hülya Uğur Tanrıöver, 2.baskı, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, , 2007, ss.34–35

⁴ Wendy Cealy Harrison, & John Hood Williams, **Beyond Sex & Gender**, London: Sage Publications, 2002, s. 15

⁵ Lynne Segal, **Gelecek Kadın Mı?**, ç. Suğra Öncü, İstanbul: Afa Yayınları, 1990, s.160

Tüm bu çalışmalar sayesinde, günümüzdeki cinsiyet algısının, tarihsel süreçler sonunda şekillendiği görülmüştür. Tarihsel süreçler sonucunda her iki cinsiyete dair farklı kabuller gelişmiş ve kültürel süreçler yardımıyla bu kabuller nesilden nesile aktarılmıştır.⁶ Bu kabuller nesilden nesile aktarılırken, aynı zamanda var olan iktidar mekanizmaları da sağlamlaştırılmış, hatta kanıksandırılmıştır. Simone de Beauvoir gibi Monique Wittig de, toplumsal cinsiyete özellikle iktidar mekanizmalarının sağlamlaştırılması perspektifinden bakmayı tercih eder.

İleride heteroseksizm başlığında ele alındığında görüleceği gibi, heteroseksizme benzer bir biçimde, toplumsal cinsiyette de var olan kabullerin meşrulaştırılması için doğa referans gösterilir. Cinsiyetleri çevreleyen normların doğadan kaynaklandığı, bu sebeple değiştirilemez / sorgulanamaz olduğu öne sürülür. Monique Wittig'in tüm makalelerinin bir araya getirildiği *The Straight Mind and Other Essays*'te bu konu, yine iktidar kavramı çerçevesinden irdelenir.

Wittig'e göre toplumsal cinsiyetler adeta birer toplumsal sınıftır. Her sınıfta olduğu gibi, birer sınıf olarak toplumsal cinsiyet kimlikleri arasında da bir hiyerarşi ve iktidar mekanizması söz konusudur. Bu durumun sorgulanmaması içinse, cinsiyetler arasındaki farkın doğal olduğu fikri öne sürülür. Bizden kadınlar ve erkekler arasındaki farkın, sosyal düzenler kurulmadan önce de var olduğuna, dolayısıyla doğal olduğuna inanmamız beklenir. Bu sayede, aradaki farklar ve yaşanan haksızlıklar sorgulanamaz hale gelir. Sorgulanmadığı için de, egemen taraf egemenliğini korumaya devam eder.⁷

Joan W. Scott'a göre, toplumsal cinsiyetlerin insanlar tarafından inşa edilen bir şey gibi görülmemesi, iktidar sistemlerinin temize çıkarılabilmesi için gereklidir. Bu sebeple toplumsal cinsiyet kimlikleri, doğal ya da ilahi bir düzenin parçaları gibi gösterilirler. Yani değiştirilemezler, değiştirilemeyecek kadar doğal ya da kutsaldırlar. Böylece sorgulanamazlar. Toplumsal cinsiyetle iktidar arasında çok yakın bağlar

⁶ Harrison & Williams, s.15

⁷ Monique Wittig, *The Straight Mind and The Other Essays*, Boston: Beacon Press, 2002, s.5

olduğundan, toplumsal cinsiyet normları sorgulandığında ya da bozulduğunda, tüm sistem hasar görecektir.⁸

Tekrar Monique Wittig'e dönmek gerekirse; toplumsal cinsiyetleri birer sınıf olarak gördüğümüzde, her sınıflı sistemde olduğu gibi, birer sınıf olarak cinsiyetler arasında da bir sömüren ve sömürülen ilişkisi söz konusudur. Bu sömürüye nasıl karşı çıkmak gerektiği sorusuna Wittig, işe cinsiyetlerin çevresindeki mitleri yıkmakla başlamak gerektiği şeklinde cevap verir. Özellikle de “anaç”, “doğurgan” ya da “güzel” gibi kadın mitlerine karşı çıkmak gerektiği üzerinde durur. Bu mitlerin yıkılması, binyıllardır var olan sömürünün de yıkılabilmesi için elzemdır adeta. Feministlerin bu mitlere sığınmasını ise, erkeklerin hazırladıkları tuzaklara düşmek olarak görür. Çünkü bu mitler, erkekler tarafından üretilmiştir ve temel amacı kadınları bastırmaktır.⁹

Cinsiyetleri birer sınıf olarak ele aldığımızda, cinsiyetlerin sosyolojik, ekonomik ve tarihsel birer kurgu olduğunu da kabul etmiş oluruz. Bu açıdan bakıldığında, diğer tüm sınıf sömürüleriyle benzerlikler, bağlantılar ya da paralellikler kurulabilir. Örneğin Wittig, cinsiyetlerle, kölelik fikrinin paralel olduğunu düşünür. Tıpkı sahip / köle ilişkisinde olduğu gibi, erkek / kadın ilişkisinde de sömürüye dayalı bir ideoloji söz konusudur. Bu ideoloji, Wittig'e göre elbette ki sahipler tarafından üretilmiştir. Var olan sömürünün görünmez kılınması içinse tıpkı az önce de değinildiği gibi doğa referans gösterilir. Cinsiyetler arasındaki farklılıkların ve beraberinde sömürünün müsebbibi olarak doğa görülür. Hâlbuki doğada bu tarz bir sömürü söz konusu değildir. Bu sebeple Wittig, cinsiyetlerin olmadığını, hepi topu sahiplerin ideolojilerini korumak için uydurulduğunu öne sürer. Bu sayede cinsiyetler arasındaki ekonomik, politik ve ideolojik hiyerarşi de gizlenmiş olur.¹⁰

Wittig, cinsiyetler arasındaki ayrımın ve adaletsizliğin kaynağı olarak erkekleri görürken, bu ayrımın ve adaletsizliğin çözümü için kadınlara çok şey yükler. Adeta tüm sorunu çözecek olan taraf kadınlardır. Ancak toplumsal cinsiyet, ne sadece kadınları kısıpacı altına alır, ne de sorunları çözecek olan taraf sadece kadınlardır. Bu anlamda

⁸ Joan W. Scott, **Toplumsal Cinsiyet: Faydalı Bir Tarihsel Analiz Kategorisi**, ç. Aykut Tunç Kılıç, İstanbul Agora Kitaplığı, 2007, s.53

⁹ Wittig, s.16

¹⁰ Wittig, s.2

Judith Butler, Monique Wittig'in düşüncesini geliştirerek, toplumsal cinsiyet sorunsalını her tarafın sorumlu olduğu bir düzleme taşır.

Judith Butler, toplumsal cinsiyeti bir *performansa* benzetir. Toplumsal cinsiyet, her ne kadar kişinin isteği ve bilinci dışında gerçekleşen ve süreklilik arz eden davranış kalıpları gibi görünse de, bu onun mekanik ya da otomatik olduğunu göstermez. Aksine zorlamayla yapılan doğaçlamalara benzer. Üstelik toplumsal cinsiyet, kişinin kendisi için benimsediği kalıplardan ibaret değildir; aksine başkaları için ya da başkalarıyla yapılan bir *performanstır*.¹¹ Bu performans başkaları için ve başkalarıyla şekillenir, çünkü insan var oluşu büyük oranda başkalarına bağlıdır. “Ben” denilen şey, tamamen ipleri elimizde olan, tamamen kontrol altında tuttuğumuz bir şey değildir. “Ben” büyük oranda diğer bireylere bağlıdır ve biraz da bu bireylerle şekillenir. Tıpkı toplumsal cinsiyet gibi... Toplumsal cinsiyet, kişinin isteği ve bilinci dışında, ama başkaları için ve başkalarıyla birlikte hayata geçirdiği *performanslardır*.¹² Bu durumda toplumsal cinsiyet tüm taraflarca üretilir ve birlikte performe edilir. Monique Wittig'in bahsettiği ve adaletsizliğin kaynağı olarak gördüğü ekonomik, politik ya da ideolojik sınıflar, Butler'in düşüncesinde sadece erkekler tarafından değil, tüm taraflarca üretilirler.

Butler'in teorisinde *beden*, önemli bir yer kaplar. Örneğin *Gender Trouble*'da bedeni, tıpkı toplumsal cinsiyet gibi kurgulanmış kültürel öğeler olarak görür.¹³ Beden, ölümlülüğü, incinirliliği, ama aynı zamanda bir araç olma durumunu imler. Derimiz ve etlerimiz, bizi başkalarının bakışlarına maruz kalmaya zorladığı gibi, aynı zamanda dokunulmaya ya da şiddete maruz kalmaya da zorlar. Her şeyden öte bedenlerimizin kamusal, sosyal bir boyutu vardır. Tüm bunlar bir araya geldiğinde bedenlerimizin sandığımız kadar bize ait olmadığını görürüz. Bedenlerimiz, tamamen başkalarının dünyasında yaşam bulur, başkalarının etkisine, baskısına ve zorlamalarına maruz kalır; tamamen sosyal bir alanda şekillenir.¹⁴

Butler'in bakış açısında, beden ve toplumsal cinsiyet arasında büyük paralellikler vardır. Beden, tıpkı cinsiyet kimliklerimizde olduğu gibi başkaları

¹¹ Judith Butler, **Undoing Gender**, New York: Routledge, 2004, s.1

¹² Butler, *Undoing Gender*, s.19

¹³ Judith Butler, **Gender Trouble**, New York: Routledge, 1999, s.13

¹⁴ Butler, *Undoing Gender*, s.21

tarafından sürekli şekillendirilir. Bedenler, tıpkı cinsiyetler gibi ya da cinsiyetler, tıpkı bedenler gibi tarihsel olarak inşa edilirler.

Toplumsal cinsiyet üzerine yapılan tartışmalarda “beden” özellikle Butler’dan sonra önemli ölçüde ele alınmaya başlanmıştır. Ancak “aile” kurumu, hem toplumsal cinsiyetin üretimini, hem de toplumsal cinsiyetin barındırdığı iktidar ilişkilerini çok daha görünür kıldığı için, “beden” mefhumundan çok daha önce toplumsal cinsiyet tartışmalarında yer almış; üstelik süregelen tartışmalarda, önemli bir kavram olarak hâlâ canlılığını korumayı başarmıştır.

Aile, erkek ve kadın arasında kurgulanan hiyerarşiyi rahatlıkla gözlemleyebileceğimiz kurumların başında gelir. Daha ailenin kuruluşu aşamasında, kadın tüm varlığıyla erkeğin egemenliği altına girer. Erkeğin soyadını alır, onun dinine, ortamına ve soyuna girer. Geçmişle arasındaki bağ, kimi zaman yavaş yavaş, kimi zamansa birden bire kesilir. Her şeyini kocasına vererek, kocasının evrenine katılır.¹⁵ Bu durum kimi zaman zorbaca gerçekleşir. Türk kültüründe olduğu gibi “kız kaçırılır”, ve kaçırılan kadın bir daha ailesiyle görüşemez. Bazen de kadın bilerek ve isteyerek doğduğu evden kaçar. Doğduğu evden kaçarak babasının egemenliğinden çıkar ve bir başka erkeğin, yani kocasının egemenliği altına girer. Kimi zamansa bir ailenin kurulabilmesi için kadın satın alınır. Erkeğin ailesi “başlık parası” ödeyerek, kadını tüm varlığıyla kendi kütüğüne geçirir.

Aile içindeki iktidar ilişkileri ve dolayısıyla hiyerarşi, önceden belirlenmiştir. Toplumsal cinsiyet sayesinde bireyler, bir aile içinde olması gereken ilişkileri ve rolleri önceden öğrenerek ve ezberleyerek bir aile kurarlar. Daha sonra, kurdukları ailede yetişen yeni nesillere de bu ilişki biçimlerini ve rolleri öğretirler. Bu döngü sayesinde, toplumsal cinsiyetin üretildiği ve var olan toplumsal cinsiyet rollerinin korunduğu en önemli ve aynı zamanda en güçlü kale aile olur. Bu sebeple, birçok feminist ve toplumsal cinsiyet teorisyeni, ilk etapta bu kaleye saldırır.

Bu kaleye saldıran feministlerden biri olan Juliet Mitchell, ailenin tıpkı kadının kendisi gibi “doğal” bir şey olarak kurgulandığını söyler. Yani tıpkı toplumsal cinsiyet

¹⁵ Simone de Beauvoir, **Kadın**, ç. Bertan Onaran, II. Cilt, 5. baskı, İstanbul: Payel Yayınevi, 1981, s.16

gibi, aile de sanki zamanı ve mekânı aşarak ebediyen var olmuştur ve var olacaktır. Oysa her iki durum da kültürelidir. Tıpkı kültürler gibi zamana ve mekâna bağlı olarak şekil bulur ve değişirler. Bu verili toplumsal tipleri, doğalmış gibi sunmak elbette ki ideolojinin işlevidir. Üstelik ideoloji, hem ailenin hem de kadının çevresinde huzur ve bolluğa yönelik mitler oluşturmuştur. Adeta aile ve kadın, huzurun ve bolluğun simgeleri haline gelmiştir. Oysaki bu iki toplumsal tip, tarih boyunca hep huzursuzluğun ve şiddetin kıskacında sıkışmıştır.¹⁶

Zamanı ve mekânı aşan bir ebedi aile fikrinin ortasında kadın yer alır. Zaten kadına bırakılan tek var oluş alanı neredeyse sadece ailedir. Aile dışındaki dünya, kadına kapanmıştır. Aile, anne ile çocuğun monolitik bir yapı oluşturdukları bilinci çerçevesinde şekillenir. Ailenin temeli kadındır ve aile, kadının yeri ve doğal yazgısıdır.¹⁷

Ailenin doğalmış gibi gösterilmesi, aile içindeki toplumsal cinsiyet ilişkilerinin bir bakıma depolitize edilmesine yarar. Nancy Fraser, erkek egemen kapitalist toplumlarda kimi meselelerin özel hayatla ilgili ya da ailesel meselelermiş gibi gösterilerek depolitize edildiğini söyler. Bu şekilde depolitize edilerek kişisel bir mesele haline sokulan konulardan biri aile içi şiddettir. Bu depolitizasyon süreçleri sayesinde toplumsal cinsiyetin yeniden üretimi garanti altına alınmış olur.¹⁸ Tıpkı daha önce de değinildiği gibi, toplumsal cinsiyetin ya da ailenin doğalmış gibi gösterilmesi, bu kurumlar çevresinde şekillenen ilişkilerin ve sorunların politik tartışma alanından özel alana itilmesine yarar. Yani, yasaları ve toplumu dönüştürebilecek tartışmaların ilgi alanı dışına itilmişlerdir. Bu sayede, bu kurumları üreten mekanizmalar varlıklarını sürdürebilirler.

Feminist mücadele, aile içi şiddetin ve kadının şiddete maruz kalmasının, kadının veya erkeğin duygusal sorunlarıyla ilgili olmadığını, tersine kadını tahakküm altına alan erkek egemen sistemle ilgili olduğunu göstererek; önceden “ailevi” ve “özel” olarak görünen erkeğin kadına uyguladığı şiddeti politikleştirmiştir.¹⁹ İkinci dalga

¹⁶ Juliet Mitchell, **Kadınlar: En Uzun Devrim**, ç. Gülseli Ünal vd., İstanbul: Agora Kitaplığı, 2006, s.38

¹⁷ Mitchell, s.39

¹⁸ Nancy Fraser, **İhtiyaçlar Mücadelesi**, ç. Aykut Tunç Kılıç, İstanbul: Agora Kitaplığı, 2006, ss.21-22.

¹⁹ Fraser, s.43

feministlerden biri olan Carol Hanisch'in "Kişisel Olan Politik"i bir slogan haline getirmesi, bu açıdan oldukça anlamlı ve önemlidir.

Sosyalist ve Marksist feministlerin, aileye ve beraberinde toplumsal cinsiyete yönelttikleri eleştirilerin başında; bu iki kurgunun kadını ücretli iş gücünden uzaklaştırarak, kadını aileye ve erkeğe bağımlı hale getirmeye yaradığına yönelik eleştiri gelir. Bu eleştirilere göre, kadın ücretli iş gücüne katılsa bile, kadının kazancı bir ek gelir gibi görülür. Bu sayede kadının ücretli iş gücünden aldığı kazanç payı her zaman düşük kalır. Yani kadın, aile dışına çıkarak çalışmaya başlasa bile, yine sadece ailesi için çalışabilir. Ailesine küçük bir destek sağlamak için çalışır. Özellikle 19. yy.da ve 20. yy.ın başına kadınların aldıkları ücretler öylesine düşüktü ki, bir erkeğin "kanatları altında" yaşamaması olanaksızdı.²⁰

Kadını aileye hapsedmeye çalışan toplumsal cinsiyet ve ataerki, aynı zamanda kadının cinselliğini bastırırken, erkeğin cinselliğini teşvik ve teşhir eder. Çoğu insana göre cinsellik, yaşamlarının en doğal ve mahrem bölümüdür. Ancak cinselliği kuşatan yasal, tıbbî ve sosyal uygulamalar, cinselliğin toplum tarafından kurgulanan bir süreç olduğunu gösterir. Bu noktada feministler, cinselliğin de her alanda olduğu gibi, erkeğin egemenliği altında olduğunu vurgular. Öyle ki, kadınların cinselliğini denetleyen ve kısıtlayan bir yığın yaptırım varken, erkekler hiçbir çekince duymadan laf atmaktan popo çimdiklemeye kadar çeşitli yollarla cinselliklerini ve cinsellik alanındaki üstünlüklerini dışa vurabilirler. Erkekler, cinsellik söz konusu olduğunda özneyken, kadınlar ancak birer nesne olurlar. Kadın bedeni, birçok alanda nesneleştirilerek, erkeğin beğenisine sunulur. Örneğin otomobillerden su tesisatı tanıtımlarını kadar, her alanda kadın bedeni kullanılarak nesneleştirilir.²¹

Toplumsal cinsiyet sayesinde kadına, cinselliğini bastırması gerektiği öğretilir. Kadının cinselliği ancak erkek cinselliğinin nesnesi şeklinde var olabilir. Erkeğin cinsel dışavurumu kadından bağımsız olabilirken; kadın ancak erkeğin cinselliğine eklemlendiği sürece var olabilir. Wittig'in belirttiği üzere, özellikle *pornografik söylem* sayesinde, kadın cinselliğin nesnesi haline gelir. *Pornografik söylem* sayesinde,

²⁰ Beauvoir, *Kadın I.cilt*, s.21

²¹ Segal, s.103

kadınları ezen dünyanın söylemi, özellikle pornografik imajlarda, filmlerde, fotoğraflarda, posterlerde ve duvar yazılarında pompalanmaya devam eder. *Pornografik söylem*, kadınların politik ve ekonomik olarak sömürülmesiyle doğrudan bağlantılıdır.²²

Toplumsal cinsiyetle birlikte yeniden ve yeniden üretilen sömürü biçimleri her zaman *pornografik söylemde* olduğu gibi görünür değildir. Sosyal, politik ve ekonomik boyutları olan bu sömürü biçimlerinin ortaya çıkarılması, her şeyden önce var olan toplumsal cinsiyet normları binyıllardır kanıksandığı için güçtür. Örneğin kadınlara çocukluklarından itibaren boyun eğmeleri gerektiği öğretilir. Hayat boyu süren bu eğitim sayesinde günlük hayatta polise, işverenlere, erkeklere boyun eğmek “doğal” olarak görülür. Doğal olarak görüldüğü için bu durumun sorgulanması akla gelmeyebilir bile. Simone de Beauvoir, bu konuda ilginç bir örnek verir: Pompei’de patlayan yanardağın püskürttüğü lavlara yumruklarıyla karşı çıkmaya ya da bu felaketten kaçarak kurtulmaya çalışanlar hep erkeklerdir. Oysa kadınlar, iki büküm olup yere kapanarak kaderlerine boyun eğmişlerdir.²³

Feminist mücadele, kadınların toplum karşısında boyun eğmek zorunda kalışına 19.yy.dan beri karşı çıkarak, cinsiyetler üzerindeki keyfi düzenlemelerin görünür kılınmasını sağlamıştır. Bu sayede Pompei’deki felakette iki büküm olarak ölen kadınların ya da lavlara yumruklarıyla karşılık veren erkeklerin, doğaları böyle gerektirdiği için değil, onlara bu şekilde öğretildiği için böyle davrandıkları düşünülebilmektedir.

Toplumsal cinsiyetle ve toplumsal cinsiyetin çevresindeki iktidar, ideoloji, aile ve beden gibi kavramlarla ilgili, yukarıdaki paragraflarda hızlı ve özet bir biçimde ele alınan düşünceler hiç şüphesiz ki olumsuz bir perspektifte sahiptir. Ancak toplumsal cinsiyetin olmadığı bir dünya, daha önce hiç deneyimlenmediği için tasavvur edilmesi zor bir dünyadır. Bu sebeple R. W. Connell’in dediği gibi, toplumsal cinsiyeti tamamen ortadan kaldırmak hiçbir zaman mümkün olmayabilir. Böyle bir şey mümkün olsa bile, toplumun her katmanından arındırılmış, toplumsal cinsiyetsiz bir dünya, şu an yaşadığımız dünyadan o kadar farklı olur ki, bunun iyi mi, yoksa kötü mü olacağını

²² Wittig, ss.25-26

²³ Simone De Beauvoir, **Kadın**, ç. Bertan Onaran, III. Cilt, 5.baskı, İstanbul: Payel Yayınevi, 1981, s.13

tahmin etmek oldukça güçtür. Ancak toplumsal cinsiyet ezberlerini bozmak söz konusu olabilir. Toplumsal cinsiyet çevresinde şekillenen kalıpları, ezberleri bozarak / kırarak yeniden tanımlamak hatta her türlü olanağa açık bir biçimde esnek hale getirmek mümkün olabilir.²⁴ Bu aşamada Judith Butler'ın düşüncesi, toplumsal cinsiyetin hayatlarımıza çeşitli biçimlerde kısıtlama getirmesine rağmen, bu kısıtlamaları sorgulayabileceğimiz ve hatta ortadan kaldıracabileceğimiz olanakları da kendi içinde barındırdığı yönündedir.

Hiç şüphesiz ki toplumsal cinsiyet, “kadınsılığın” ve “erkeksiliğin”, normalleştirilme / doğallaştırılma / üretilme süreçlerinde kullanılan bir aparat / bir araçtır. Ancak toplumsal cinsiyeti, sadece kadınsılık-erkeksilik ikiliğinden ibaret olarak görmemek gerekir. Zira bu ikiliğin dışında kalan formlar da toplumsal cinsiyet normlarını ihlâl ederek toplumsal cinsiyete ilişirler. Bu formlar da tıpkı erkeksilik ve kadınsılıkta olduğu gibi, toplumsal cinsiyet normlarının bir parçasıdır. Butler, toplumsal cinsiyet tanımını sadece bu ikiliğe sıkıştırmanın, normları yaratan iktidar süreçlerini pekiştirmeye yarayacağını söyler. Elbette toplumsal cinsiyet kadınsılığı ve erkeksiliği üretir / doğallaştırır ama aynı zamanda bu ikiliği kırmak / bozmak için bir alan da yaratır. Toplumsal cinsiyetin bu imkânlarını görmezden gelerek kadın-erkek, kadınsılık-erkeksilik ikilemine sıkışmak, tam da normun yaratmak istediği bu ikiliği ve güç ilişkilerini pekiştirmek anlamına gelecektir. Böylece bu ikiliği bozacak ve aralarındaki hiyerarşiyi yıkacak olanakları görmek ya da düşünmek bile zorlaşacaktır.²⁵

Toplumsal cinsiyet üzerine yaklaşık son otuz yıldır birçok şey söylenmiş ve yazılmıştır. Toplumsal cinsiyet, özellikle feminist mücadelede ve sonrasında eşcinsel özgürleşme hareketinde tartışılan en temel konuların başında gelmiştir. Ancak kimi feministler bu yaygınlaşmanın olumsuz bir sonucu olarak toplumsal cinsiyet kavramının bu denli genişleterek kullanıyor olmasının, ataerkinin kadın üzerindeki şiddetini görünmez hale getirdiği gerekçesiyle eleştirmiştir. Öyle ki feminist teori son dönemlerde “toplumsal cinsiyet” kavramından uzaklaşarak, “cinsiyet farklılığı” (sexual difference) kavramını tercih etmeye başlamıştır. Örneğin Monique Wittig dışındaki çoğu Fransız düşünür bu yönelimi benimser. Değişimin kadınları temel alarak

²⁴ Connell, ss.374-375

²⁵ Butler, *Undoing Gender*, ss.42-43

gerçekleşeceğine inanırlar; bu sebeple kadın çevresinde şekillenen mitleri benimserler. Ancak Wittig ve Butler, feminizmin içinde bulunduğu bu yönelimi heteroseksist bulur. Butler bu tarz bir yönelimin, cinsiyet farklılıkları çevresinde şekillenen normları yeniden üretmeye yarayacağını düşünür.²⁶

Birleşmiş Milletler tarafından 1995 yılında Pekin’de düzenlenen *Fourth World Conference on Women*’da, dünyanın dört bir yanından feminist düşünürler ve aktivistler bir araya gelerek “toplumsal cinsiyet” kavramı üzerinde tartışmışlardır. Bu konferanstaki tartışmalardan ortaya çıkan sonuç, toplumsal cinsiyet kavramının popülerleştikçe feminist içeriğinden uzaklaştığı ve böylece depolitize edildiğiydi. Öyle ki artık toplumsal cinsiyet ya da İngilizce karşılığıyla “gender”, feminizmle uzaktan yakından alakası olmayan ekonomi ya da istatistik gibi disiplinlerin dil dağarcığına da girmiştir. Ancak bu disiplinler, söz konusu kavramı tamamen farklı bir içerikle kullanıyorlar. Böyle olunca, kavramın içeriğinin boşaltılması, iktidar ilişkilerini sorgulayan karakterinin yok edilmesi tehlikesi söz konusudur. Bir başka deyişle, kavramın bu kadar ana-akımlaşması, bir yandan depolitizasyonuna da sebep olmaktadır.²⁷

Toplumsal cinsiyet kavramının depolitize oluşuyla ilgili tartışmalar sürerken, 1995 yılında Pekin’de düzenlenen konferanstaki oturumlardan birinde, muhafazakâr kanatta yer alan feministler, bildirimlerinde “gender” (toplumsal cinsiyet) yerine, “sex” (cinsiyet) kavramını kullanmış; bu sayede -bir bakıma ironik bir biçimde- “toplumsal cinsiyet” kavramını tekrar politize etmişlerdir. Bunu yapmalarındaki gerekçe ise toplumsal cinsiyet kavramını ve bu alandaki çalışmaları, ailelerine ve çocuklarına bir tehdit olarak görmeleri idi.²⁸ Bu açıklamalar, kavramın hâlâ eleştirel yanını ve karşı duran tavrını koruduğunu göstermekteydi.

²⁶ Butler, *Undoing Gender*, s.208

²⁷ Sally Baden & Anne Maric Goetz, “Who Needs [Sex] When You Can Have [Gender]?: Conflicting Discourses on Gender at Beijing”, *Feminist Review*, No.56 (Summer 1997), s.7

²⁸ Baden & Goetz, s.11

2.2 TOPLUMSAL CİNSİYETE DAİR KURAMSAL YAKLAŞIMLAR

Toplumsal cinsiyetin gelişimine dair iki temel yaklaşım söz konusudur. Bunlardan biri *psikanalitik yaklaşım*, diğeri ise *Marksist yaklaşım*... Bu iki yaklaşımın dışında ya da bu yaklaşımlarla paralel nitelikte çeşitli kuramlar da, zaman içinde geliştirilmiştir. Sosyal gelişim kuramı, sosyal-biyoloji kuramı ya da biyoloji kuramı bunlar arasında yer alır. Ancak bu çalışmada temel olarak psikanalitik ve Marksist yaklaşımlara yer verilecektir. Çünkü toplumsal cinsiyet, feminizm ve beraberinde heteroseksizm üzerinden yürütülen çoğu tartışma bu iki yaklaşımı temel alır. Diğer kuramlara ise sadece kısa bir biçimde değinilecektir.

Daha önce de bahsedildiği gibi Freud, yaptığı klinik çalışmalarla, cinsiyet kimliklerinin toplusallaşma sürecinde edinildiğini göstermiş ve böylece toplumsal cinsiyet tartışmalarının önünü açmıştır.

Bu yüzden toplumsal cinsiyetin gelişimine dair yapılan ilk kuramsal çalışmalar Freud'un psikanalitik kuramına dayanır. Freud'un psikanalitik kuramında, toplumsal cinsiyetin kazanımına ilişkin üç dönem belirlenmiştir.²⁹ *İlk dönem*, çocukların cinsiyetler arasındaki farklılıkları algılamadıkları dönemdir. Bu dönem, çocuk cinselliğinin gelişim sürecindeki oral ve anal dönemleri kapsar. Freud, bu dönemde çocukların cinsiyet farklılıklarını algılamadıklarını ve temelde her iki cinsiyetin de erkek olduğunu söyler. Freud'a göre, erkek çocuğun libidosu penis merkezliken, kız çocuğun libidosu, penisin vajinadaki yansıması olan klitoris merkezlidir.³⁰ Fallik dönemin ilk bölümüne denk gelen *ikinci dönem*de ise çocuklar, cinsiyet farklılıklarını tanımaya başlarlar. Bu dönem 18. ve 24. aylardan itibaren başlar ve Freud'a göre cinsiyet farklılığı bu dönemde temel olarak penisin olması ya da olmaması şeklinde algılanır. Erkek çocuklar penislerini kaybetmekten korkarken, kız çocuklar *penis kıskançlığı* çeker.³¹ Üçüncü dönem olan *oidipal dönem*de ise erkek çocuk, yaşadığı *iğdiş*

²⁹ Zehra Y. Dökmen, **Toplumsal Cinsiyet: Sosyal Psikolojik Açıklamalar**, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2004, s.33

³⁰ Dökmen, ss. 33–34

³¹ Dökmen, ss. 34–35

edilme korkusuyla cinsel olarak anneye yönelmekten vazgeçer ve babayı kendisine örnek seçer, babasıyla özdeşleşir. Bu sayede *süper egosu* gelişir. Freud’a göre kız çocuklar penisten “mahrum olduğu” için anneye özdeşleşemez ve bu durum süper egolarının gelişmesini olumsuz etkiler. Freud’a göre bunun sonucu, kadınların toplumsal statülerinin, erkeklerin statülerinden aşağı olmasıdır.³²

Freud’un cinselliğin toplumsal karakterine ışık tutan çalışması *Cinsellik Kuramı Üzerine Üç Tartışma*, ilk yayınlandığında, 19. yy.ın tutucu değer yargılarına karşı indirilmiş bir darbe olarak görülmüş ve büyük tepkilere maruz kalmıştı. Freud bu çalışmasında çocukların cinselliğinden bahsediyor ve tutucular çocuklara cinselliği yakıştıramadığı için, bu çalışma “rahatsız edici” bulunuyordu. Oysaki bu eserle şekillendirdiği kuram, tamamen kendi klinik deneyimlerine ve gözlemlerine dayanıyordu.³³

Hâlbuki çocukluk dönemindeki cinsel gelişim Freud’a göre, tüm hayatımızı doğrudan etkiler. Ancak Freud’a kadar çocukluk dönemindeki cinsel gelişim hep görmezden gelinmiş, bu konuda konuşulmak istenmemiştir. Çocukluk döneminde yaşanan cinselliğin görmezden gelinmesinin sebeplerinden biri ise, Freud’un tabiriyle o döneme dair herhangi bir şeyi hatırlamamıza engel olan *çocuk amnezisidir*. *Çocuk amnezisi*, yaşamın ilk altı ya da sekiz yılını kalın bir örtü ile sarar. Hâlbuki bu yıllar, tüm hayata yön veren yıllardır.

“ Her birimiz için çocuklukta bir tür tarihöncesi yaratarak ve cinsel yaşamın başlangıçlarını bizden gizleyerek, genellikle cinsel yaşamın gelişmesindeki çocukluk döneminin önemini dikkate alınmayı ihmal ettiren çocuk amnezisidir.”³⁴

Freud’un çocuk cinselliğinin gelişimini açıklamaya yönelik şekillendirdiği *Gelişim Kuramına* göre, çocuğun yaşam enerjisi, gelişiminin çeşitli evrelerinde belirli noktalara odaklanır. Bu evrelerden her biri, bireyin karakterini şekillendiren önemli dinamiklere sahiptir.

³² Dökmen, s. 36

³³ Engin Geçtan, **Psikanaliz ve Sonrası**, 3.baskı, İstanbul: Remzi Kitabevi, 1988, s.27

³⁴ Sigmund Freud, **Cinsiyet Üzerine**, ç. A. Avni Öneş, 6.baskı, İstanbul: Say Yayınları, 1993, s.55

Bu dönemler arasında *fallik dönem*, insan yaşamında toplumsal cinsiyetin kazanıma dair en önemli süreçleri içinde barındırır. Çocukluğun üçüncü ve beşinci yılları arasına denk gelen bu dönemde, cinsiyet farklılıklarının ayırt edilmesi başlar. Freud'un kuramındaki ünlü *oidipus kompleksi* de bu dönemde yaşanır. *Oidipus kompleksi*, toplumsal cinsiyetin pekiştirilmesinde kurucu bir andır.

Freud, *oidipus kompleksi* ile erkek çocuğun anneye karşı duyduğu ilgiden dolayı yaşadığı karmaşayı anlatır. Bu karmaşa, toplumsal cinsiyetin edinimi için önemlidir. Her şeyden önce bu ilgi, çocukta iğdiş edilme korkusunu doğurur. İğdiş etme, babanın çocuğu cezalandırma yöntemidir. Bu korkuyla erkek çocuk, anneye ilgi duymaktan vazgeçer ve babasını kendisine örnek alır.

Freud, geliştirdiği kuramda çok açık bir biçimde penisi, toplumsal cinsiyetin ayarlanmasında adeta bir mihenk taşı olarak görür. Erkekler penislerini yitirmekten korktukları için; kızlarsa bir penise sahip olamadıklarından dolayı duydukları öfke sayesinde toplumsal cinsiyet rollerini benimserler. Yani penis, cinsiyet kimliğinin öğrenilmesinde kilit değere sahiptir.

Böylesine penis merkezli olduğu için Freud'un kuramı çok eleştirilmiştir ve bu eleştirilerin büyük bir kısmı penis kıskançlığına yöneliktir. Örneğin Simone de Beauvoir, kız çocuklarının penise duydukları ilginin, ille de kıskançlık olmayacağını, yüzeysel bir ilgiden ibaret olabileceğini söyler. Hatta çoğu kız çocuğunun penisten tiksindiğine dikkat çeker.³⁵

Beauvoir, kız çocuğun penisi değil, muhtemelen erkeklere sunulan ayrıcalıklı dünyayı kıskandığını söyler. Çocuk, bu ayrıcalık dünyanın sebebi olarak penisi görüyor olabilir. Çünkü penis hep ortada, görünürdür ve kız çocuğun çevresindeki herkes penisle gurur duyar. Öyleyse, erkeklerin ayrıcalıklı oluşu, bu penisten kaynaklanır.³⁶

Freud'un *penis kıskançlığı* kendi öğrencileri tarafından da eleştirilmiştir. Helene Deutsch, Karen Horney ve Clara Thompson penis kıskançlığının biyolojik merkezli bir kıskanma olamayacağını, erkeklerin sahip olduğu ayrıcalıklı statüye

³⁵ Beauvoir, *Kadın I.cilt*, s.270

³⁶ Beauvoir, *Kadın I.cilt*, s.277

yönelik sosyal merkezli bir kıskanma olduğunu söyleyerek, söz konusu gelişim kuramını eleştirmişlerdir.³⁷

Judith Butler ise, *Gender Trouble*'da, *oidipus kompleksine* farklı bir pencereden bakar. Butler, erkek çocuğun sadece iki nesne arasında (anne ve baba) seçim yapmadığını, seçiminin aynı zamanda birbirinin zıttı olarak kurgulanan erkeklik ve kadınlık kimliklerinin seçimiyle ilgili olduğunu söyler. Daha da önemlisi, erkek çocuğun annesinden kopması / uzaklaşması, aslında babasını rakip olarak gördüğü için değil, eşcinsel olmaktan korktuğu için yaşadığı bir uzaklaşmadır. Esasında heteroseksüel eğilim değil, homoseksüel eğilim cezalandırılacaktır. Üstelik heteroseksüel kültürde, bir erkeğin efemine olması eşcinsellikle bağdaştırıldığından, erkek çocuk efemine olandan, yani annesinden uzaklaşmak, babasıyla özdeşleşmek zorunda kalacaktır.³⁸

Butler'ın yorumuyla, toplumsal cinsiyeti şekillendiren oidipus karmaşasını tetikleyen şey, anneye karşı duyulan heteroseksüel ilgi değil, anneye özdeşleşerek babaya duyulacak olan eşcinsel ilgidir. Yani, eşcinsel olma korkusu, erkek çocuğu toplumsal cinsiyetini benimsemeye zorlar.

Butler'a göre toplumsal cinsiyetin “düzgün” bir biçimde şekillenebilmesi için, çocuk hemcins nesneyi yitirdikten sonra, bünyesine katmalı, hatta hemcins nesneye dönüşmelidir. Yani kız çocuk anneye duyduğu ilgiyi engelleyerek annenin yerine geçerken, erkek çocuk da babaya karşı duyduğu ilgiyi engelleyerek babanın yerine geçer. Bir başka deyişle toplumsal cinsiyet, yasağın içselleştirilmesiyle şekillenir. Bu yasak, hemcins duyulacak ilgiye yöneliktir ve Butler bu durumu melankoliyle bağlar.

Sevilen nesnenin kaybı, ölümü ya da bu nesneden ayrılma melankoliye sebep olur. Oidipal kompleksinde ise melankoliye sebep olan şey, bir dizi ceza eşliğinde gelen yasaktır. Bu yasak ve cezaların korkusuyla, sevilen nesne yitirilir ve ardından bu durum melankoliye sebep olur. Bu melankoliyle birlikte çocuk, yitirdiği sevgi nesnesini bünyesine katar. Butler'ın yürüttüğü bu mantıkta, eşcinsel tabusu, enstest tabusundan

³⁷ Dökmen, s.37

³⁸ Butler, *Gender Trouble*, s.76

önce gelir. Eşcinsel tabusu sayesinde, oedipus kompleksini mümkün kılan heteroseksüel yakınlıklar doğar.³⁹

Freud'un cinsiyet üzerinde şekillendirdiği kuramlar az önce de bahsedildiği gibi tartışmalara sebep olmuştur. Ama aynı zamanda, cinsiyetin toplumsal karakterini anlamamız adına geniş bir yelpaze sunmuştur bize. Üstelik Freud'un kendisi, kadınlar üzerinde kurulan baskıya dair birçok kez söz üretmiş, bu baskıya dikkat çekmiştir. Örneğin Freud, *Uygarlık ve Bunalımları*'nda, kadınların cinsel mutluluğunu yadsıyan toplumsal baskıyı, nevrozun gelişimindeki en önemli etken olarak görür. Nevrozun sebebi, kadın cinselliğinin bastırılmasıdır.⁴⁰

Freud, nevrozu toplumsallaşma süreçleriyle açıklar. Hatta Freud'a göre toplumsal baskılar olmasa, psikolojik sorunlar da olmazdı. Freud'un "Uygarlığın bedeli nevrozlarla ödenir" sözü, bu düşüncesini aktarır.⁴¹

Tarihsel süreçte çekirdek aile geliştikçe bastırma mekanizmaları artmış ve bu durum nevrozların gelişmesini tetiklemiştir. Tıpkı nevrozlar gibi, oedipus kompleksi de çekirdek ailenin gelişimiyle bağlantılıdır.

Freud'dan sonra diğer psikanalistler de toplumsal cinsiyet ve insan psikolojisi üzerine eğilme gereği duymuşlardır. Bunlardan biri olan Alfred Adler de penis kıskançlığına değinmiş, ama Freud'un penis kıskançlığından farklı olarak Adler bu kıskançlığa anatomik bir açıdan değil, sosyolojik bir açıdan bakmayı tercih etmiştir.

Penis kıskançlığını Adler, *eksiklik duygusu*yla paralel olarak açıklar. Adler'e göre, her insan eksiklik duygusuyla birlikte doğar. Ancak ataerkil bir toplumda erkek ve erkeğe dair rollere öncelik tanındığı, buna karşılık kadın ve kadınlık rolleri küçük görüldüğü için eksiklik duygusu kadınlarda daha yoğun yaşanır. Bu eksiklik duygusu sebebiyle, kimi kadınlar kadınlığı abartılmış bir biçimde yaşarken, kimi kadınlarsa kadınlığı reddeder.⁴²

³⁹ Judith Butler, *Cinsiyet Belası*, ç. Başak Ertür, İstanbul: Metis Yayınları, 2008, ss. 130–131

⁴⁰ Connell, s.262

⁴¹ Geçtan, s.76

⁴² Geçtan, s.95

Jacques Lacan ise geliştirdiği psikanalitik kuramında, kadınların geri plana atılmasının sebebi olarak biyolojiyi değil, ataerkil sistemi görmüş; böylece feminist çevre tarafından desteklenmiştir.⁴³

Connell'ın, *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar*'da öne sürdüğü *yerleştirme teorisine* göre insanlar, nitelikleri önceden belirlenmiş toplumsal yapıda kendileri için kurgulanmış konumlara yerleştirilirler. İnsanlar psikolojik olarak, bu konumlara ve bu toplumsal yapıya hazır hale getirilirler. Örneğin Frankfurt Okulu'nun ürettiği argümanlar, tüm akıl dışılığına ve yıkıcılığına rağmen, faşizmin ya da gelişkin kapitalizmin, bilinçdışı zihinsel süreçlere hitap ederek nasıl kitlesel destek bulduğunu anlamaya yönelikti. Yani bireylerin faşizme ya da gelişkin kapitalizme nasıl yerleştirildiklerini anlamaya çalışıyordu bu okulun düşünürleri.

Benzer bir biçimde 1970'li yıllardan itibaren feminist teorisyenler, kadınların, kendi üstlerinde yer alan ve doğrudan kendilerini ezen toplumsal düzenlemeleri nasıl olup da kabul ettiklerini, hatta nasıl olup da bu düzenlemelerin bizzat içinde yer alabildiklerini anlamaya yönelik psikanalitik argümanlar ürettiler.⁴⁴

Bu feministlerden biri olan Nancy Chodorow, *The Reproduction of Mothering*'te kadınların annelik konumuna yerleştirilmelerinin ardındaki psikolojik süreçlere değinmiştir. Chodorow'a göre kadınlar, çocukluktan itibaren içinde bulundukları özneleşme serüveninin bir sonucu olarak anne olmaya ve çocuk bakmaya yönelirler. Chodorow'a göre kadınların annelik yapma istekleri, ne biyolojinin ne de sosyal öğrenmenin bir sonucudur. Anne olan kadınlar, bizzat, ileride anne olma hevesine sahip ve bu kapasitede kız çocukları üretirler. Bu kapasiteler ve bu istek anne ve kızı arasında gerçekleşen psikolojik süreçlerin ürünüdür. Bunun karşılığında erkek çocukların, çocuk bakma arzu ve kapasiteleri anneleri ve babaları tarafından bastırılır, hatta yok edilir. Bu durum, erkekleri çocuk bakımında etkisiz kılarken, onları ev dışına / kamusal hayata yönlendirir.⁴⁵

⁴³ Segal, s.163

⁴⁴ Connell, ss.266–267

⁴⁵ Nancy Chodorow, **The Reproduction of Mothering**, Los Angeles: University of California Press, 1978, s.7

Erkekler kamusal hayata atılırken, kadınlar çoğunlukla kendi istekleriyle evde kalıp, çocuklarıyla ilgilenmeyi tercih ederler. Bu istek / çocuklara bakmaktan dolayı duyulan bu şevk, kadınlara psikolojik olarak zorlanmıştır. Kadınlar özneleşme süreçlerinde ve büyük oranda anneleri tarafından, psikolojik olarak anneliğe uygun / istekli hale getirilmişlerdir.⁴⁶

Chodorow'a göre anneliğin yeniden üretimi, çocuğun gelişimindeki ilk evrelerden itibaren gerçekleşir. Her şeyden önce bu evrelerde çocuk, ileride ebeveyn olmasına sebep olacak ilk psikolojik temelleri alır. Ayrıca insanlar bu dönemde yaşadıkları benzersiz yakınlık deneyimini çocuk sahibi olarak ya da bir çocuk yetiştirerek tekrar yaşamak isterler. Ancak insanların çocukluğun bu ilk devresinde anneleriyle kurdukları yakın ilişki, çocuklarla ilgilenmesi gereken tarafın kadınlar olduğu kanısını doğurur. Çünkü o dönemde onlarla böylesine yakın ilişkide bulunan bir kadındır.⁴⁷

Chodorow gibi, Freud'dan sonra toplumsal cinsiyetin gelişimine dair psikanalitik argüman sunanlar kabaca iki okul çevresinde toplanır. İçinde Chodorow'un yanı sıra Carol Gilligan'ın da bulunduğu Anglo-Amerikan Okulu, toplumsal cinsiyete nesne-ilişkileri kuramları çerçevesinden bakar. Buna karşılık feministler açısından kilit isim olan Jacques Lacan'ın içinde bulunduğu Fransız Okulu ise dil kuramları bağlamında Freud'un yapısalcı ve postyapısalcı okumalarına dayanır.⁴⁸

Her iki okul da, öznenin inşa edilme süreçleriyle ilgilenir. Toplumsal cinsiyet bu inşa sırasında edinilmektedir. Tıpkı Chodorow gibi nesne-ilişkileri kuramcılarına göre, çocuk ebeveynleriyle kurduğu ilişki sayesinde özneleşir ve toplumsal cinsiyet rollerini benimser. Postyapısalcılar ise, dil sayesinde toplumsal cinsiyetin iletildiği, yorumlandığı ve pekiştirildiği kanısındadır.⁴⁹

Dilin toplumsal cinsiyet ve özellikle özneleşme sürecindeki işlevine dikkat çeken düşünürlerden biri de Julia Kristeva'dır. Kristeva, *iğdiş edilme korkusu* yerine

⁴⁶ Chodorow, s.39

⁴⁷ Chodorow, s.57

⁴⁸ Scott, s.24

⁴⁹ Scott, s.25

baba sevgisini koyar. Çocuk, yaşamın ilk yıllarından itibaren annesiyle kurduğu bedensel ilişkiden, babasına duyduğu sevgi sayesinde uzaklaşır. Uzaklaşır ve dilin dünyasına, dolayısıyla topluma dâhil olur. Bu süreç, babadan duyduğu korkudan ötürü değil, babaya duyduğu sevgiden dolayı işlemeye başlar. Ayrıca anne, Kristeva'nın düşüncesinde, "yasadan önce yasa koyan"dır. Çocuk yasaya dair ilk bilgiyi oedipus karmaşası ile değil, anneye kurduğu pre-oedipus dönemindeki bedensel ilişkiden edinir.⁵⁰

Joan W. Scott gibi kimi feministler ise, toplumsal cinsiyetin edinilmesini açıklarken dili ya da özneyi merkeze koymanın / toplumsal cinsiyeti özneleşme sürecinin içine dâhil etmenin, kavramın tarihsel ve ekonomik boyutlarından koparılmasına hizmet edeceğine dikkat çeker. Benzer bir biçimde *penis kıskançlığını* ya da *iğdiş edilme korkusunu*, öznenin inşasındaki tarihsel ve toplumsal bağlamlarla veya insanlığın tarihsel gelişimini anlamaya çalışırken kullanamayacağımızı söyler. Oysaki toplumsal cinsiyet, aynı zamanda insanlık tarihiyle şekillenmiştir.⁵¹

Toplumsal cinsiyetin gelişimine dair *Marksist yaklaşım*, tıpkı Joan W. Scott'un dikkat çektiği gibi, toplumsal cinsiyeti özneleşme serüveninde atlatılan psikolojik süreçlerle değil, toplumsal ve ekonomik süreçlerle açıklama taraftarıdır. Bu yaklaşıma göre toplumsal cinsiyet, insanlık tarihindeki ekonomik süreçlerle sıkı sıkıya bağlıdır.

Toplumsal cinsiyete dair Marksist yaklaşımı sergileyenler açısından Friedrich Engels'in *Ailenin, Özel Mülkiyetin ve Devletin Kökeni* kilit öneme sahiptir. Engels, bu eserinde insanlığın ilk dönemlerine dair spekülâtif bilgilere yer verir. Bu eseriyle Engels, anaerkil toplumlardan, ataerkil toplumlara geçişin ardında yatan dinamiklere ışık tutmaya çalışır.

Engels'e göre, özel mülkiyet ve tek-eşli aile kurumları ataerkil topluma geçişle birlikte ortaya çıkmıştı. Bu değişim esnasında, dramatik bir biçimde kadınlar, erkeklerin özel mülkiyetinin bir parçasına dönüşmüştür. Alet üretimi ve doğanın işlenmeye başlanması da toplumun erkek egemen bir yapıya dönüşmesinde etkili olmuştur. Üstelik

⁵⁰ Kelly Oliver, *The Portable Kristeva*, New York: Columbia University Press, 1997, ss.133–134

⁵¹ Scott, ss. 29–30

cinsiyete dayalı iş bölümü yine insanlığın geçirdiği bu değişimlerle birlikte ortaya çıkmıştır.

Ancak Engels'in, bu eserindeki fikirleri birçok düşünür tarafından eleştirilmiştir. Örneğin Cristoph Türcke *Cinsiyet ve Akıl*'da, iş bölümünün ve özel mülkiyetin toplumsal cinsiyet ya da ataerkinin temelini oluşturduğuna inanmadığını söyler. Çünkü anaerkil toplumlarda da bir iş bölümü ve özel mülkiyet söz konusuydu. Ancak bu durum, tüm evreni yaratan Büyük-Ana'nın büyüsunü bozmuyordu. Büyük-Ana büyüsu altındaki topluluklarda, tarlayı işleyen ya da silahı kullanan istediği kadar erkek olsun, sonuçta insanlığın tözü kadındı. Erkek, toprağın doğurganlığını uyandırmaya yarıyordu sadece. Bu yüzden eylemleri, başarıları ya da fiziksel güçleri dönüp dolaşıp Büyük-Ana'nın onaylanmasını sağlıyordu. Anaerkil yapıyı bozarak, kadın düşmanı bir yapıya sebep olan ne özel mülkiyet ne de iş bölümüydü. Bu değişime asıl sebep olan şey, Ana Tanrıça / Büyük-Ana büyüsunü bozan entelektüel gelişmeydi.⁵² İnsanlığın doğa karşısındaki korkusunu yenerek, aklına duyurduğu güvenin artışıydı.

“İnsanların taptıkları unsur, aynı zamanda aletleriyle sistemli bir biçimde zorladıkları, ilkelerini araştırdıkları, ona (toprağa, doğaya) egemen olmayı öğrendikleri unsurdur. Çapanın ve pulluğun yüzyıllarca planlı bir biçimde kullanılmasında, hasat ve sulama yöntemlerinin geliştirilmesinde, kil ve metal işleme tekniklerinde insanlar kendilerine, açıkça sadece kendilerine ait bir güce güveniyorlardı ve bu güç, dışı olduğu sanılan toprağın gücünden farklı olduğu anlaşılacak kadar büyüdüğünde, sessiz sedasız ve fark edilmeyen bir düşünsel toprak kayması yaşandı.”⁵³

Türcke'yle benzer bir biçimde, ama Türcke'den daha önce Simone de Baeuvor da, toplumsal cinsiyete sebep olan şeyin özel mülkiyetin gelişimi olduğu fikrine karşı çıkar. Ayrıca Engels'in *Ailenin, Özel Mülkiyetin ve Devletin Kökeni*'nde cinsiyetler arasında oluşan hiyerarşik ayrımın kaynağı olarak aletleri göstermesini, konuyu açıklık getirmekte yetersiz görür. De Beauvoir'a göre, cinsiyetler arasındaki farkı yaratan temel etken insanın içindeki “öteki” yaratma ve bu “öteki”yi ezme fikridir. İnsanın içindeki öteki varlık kategorisi yüzünden, “doğa” insan için insanlığın ilk anlarından itibaren

⁵² Christoph Türcke, *Cinsiyet ve Akıl*, ç. Mustafa Tüzel, İstanbul: Kabalcı Yayınevi, 1997, s.44

⁵³ Türcke, s.46

öteki olagelmıştır. Bu sebeple bu ötekiyi kontrol altına almayı arzulamıştır hep. Benzer bir biçimde kadınlar ve siyahlar da kontrol altında tutulmaya çalışmış ve sömürülmüştür.⁵⁴

Ayrıca Simone de Beauvoir'ın bakış açısında, ataerkil sisteme geçmeden önce, yani anaerkil topluluklarda da kadınlar *öteki varlığı*. Bu yüzden anaerkil toplumların kadınlar için altın çağlar olduğuna yönelik nostaljik fikre karşı çıkar. O dönemde de kadınlar, tıpkı ataerkil dönemde olduğu gibi toplum dışıydı. Bu toplum dışı olmanın sebebi, bugünden farklı olarak *aşağılama* değil *yüceltme* idi. Kadınların yeni hayatlara can verebilme gücü, insan dünyasının ötesinde / doğada ortaya çıkıyordu. Bu durumda kadınlar, tıpkı doğa gibi toplumun üstünde yer alıyordu. Toplum ise erkeklere kalıyordu. Bu yüzden, toplum anaerkil dönemden itibaren hep, erkeklerin olmuştur.⁵⁵

“İnsanlık tarihinde kadının gözden düşmesi, kaçınılmaz bir aşamadır: çünkü o büyümlü etkisini kendi olumlu değerine değil, erkeğin zayıflığına borçluydu; bütün ürkütücü doğal gizemler onda canlanmaktaydı: erkek doğanın boyunduruğundan kurtulduğu an, kadının boyunduruğundan da sıyrılmıştır.”⁵⁶

Engels'in çalışması, şüphesiz ki cinsiyete dayalı iş bölümünün gelişimi hakkında bize önemli fikirler vermektedir. Ancak az önce ala alındığı gibi, Engels'ten sonra çoğu feminist ya da feminist olmayan düşünür, Engels'in anlattığı tarihsel süreci, toplumsal cinsiyetin gelişimi, iş bölümünün cinsiyete dayandırılması ya da ataerkinin ortaya çıkışı gibi konularında yetersiz bulur.

Örneğin Connell, ilk icat edilen aletlerin hangi cinsiyet mensubu bireyler tarafından kullanıldığını ya da ava giden ve toplayıcılıkla uğraşan topluluk arasında kesin işe dayalı cinsiyet ayrımının olup olmadığının henüz kesin olarak bilinmediğine vurgu yaparak⁵⁷ Engels'in anlattığı tarihsel gelişim sürecini spekülâtif bulur.

Ancak kadınların ezilmesine yönelik getirilen en önemli değerlendirmeler, Engels'in ve Marx'ın çalışmalarından yola çıkan Marksist analizlerdir. Bu analizler,

⁵⁴ Beauvoir, *Kadın I.cilt*, s.69

⁵⁵ Beauvoir, *Kadın I.cilt*, s.86

⁵⁶ Beauvoir, *Kadın I.cilt*, s.91

⁵⁷ Connell, s.204

kadınların ezilmesinin sebebi, çoğu şeyde olduğu gibi kapitalizmdir. Tıpkı Karen Miles'in *Women's Liberation Class Struggle*'da belirttiği gibi, kapitalizm kadınların erkeklere oranla daha ucuz görülen emeğini sömürür. Kadınlara, erkeklere oranla daha düşük ücret vererek sermayenin gelişmesinde kâr sağlamaktadır.⁵⁸

Marksist analizlerle paralel olarak geliştirilen *yeniden üretim teorisine* göre, kadınlar çalışmayıp evde otursalar bile, kapitalizm kadının emeğini sömürmeye devam eder. Bu teoriye göre, her şeyden önce kadınlar, üretim alanındaki boşluğu doldurmak için çocuk doğurmakta, bu çocukları büyütmede ve günün sonunda eve yorgun dönen kocasına hizmet etmektedir. Böylece sisteme yeni işçiler kazandırmasının yanı sıra, varolan işçilerin çalışmaya devam etmelerini sağlamaktadır.⁵⁹

Bu ve benzeri sebeplerden dolayı, kadın özgürleşmesi ve sınıf mücadelesi arasında bir yığın benzerlikler kurulmuş ve kadın hareketi, işçi hareketiyle birlikte mücadele vermiştir. Ancak Heidi Hartmann'ın *Marksizmle Feminizmin Mutsuz Evliliği*'nde belirttiği gibi, bu durum genelde kadın hareketinin aleyhine işlemiştir. Çünkü bu ortaklık, feminizmi “daha büyük” bir mücadeleye, yani marksizme dâhil ederek, feminist mücadelenin görünürlülüğünü engellemiştir. Hatta çoğu Marksist, feminist mücadeleyi en iyi ihtimalle değersiz, en kötü ihtimalle işçi hareketini bölen bir tehdit olarak görmüş; böylece feminizm, marksizmin gölgesinde kalmıştır.⁶⁰

2.3. TOPLUMSAL CİNSİYETİN YARATTIĞI İKİLİK ALGISI

Cinsiyetlerin toplumsal, tarihsel ya da politik olarak inşa edilme sürecinde, kadın ve erkeğin çevresinde ikililik mitleri kurgulanmıştır. Üstelik bu mitlerin kurgulanması günümüzde de devam eder.

Yüzyıllardan beri, bu mitler aracılığıyla kadın ve erkeğin, birbirinin zıttı ya da tamamlayıcısı olduğu iddia edilmiştir. Kaldı ki cinsiyetlere dair birbirinin tamamlayıcısı

⁵⁸ Akt. Connell, s.70

⁵⁹ Connell, s.72

⁶⁰ Heidi Hartmann, *Marksizmle Feminizmin Mutsuz Evliliği*, ç. Gülşad Ayfen, İstanbul: Agora Kitaplığı, 2006, s.2

olma fikri de, kaynağını cinsiyetlerin birbirinin karşıtı olduğu ön kabulünden alır. Zira birbirlerinin zıttı oldukları için, birinde olan diğerinde yoktur. Böylece ancak bir araya geldiklerinde mükemmel uyum yakalanmış olur. Heteroseksüel aşkın kutsanması ve tek meşru aşk olarak görülebilmesi için, toplumsal cinsiyetin yarattığı bu zıtlık / ikililik efsanesi elzemdir.

Kadın ve erkek cinsiyetlerinin birbirinin karşıtı olacak derecede birbirinden farklı olduğu fikri bir hayli tartışmalıdır. Ancak öylesine kalıplaşmış bir düşüncedir ki bu, sanattan felsefeye, bilimden günlük hayata kadar her yerde sorgulanmadan kabul edilir ve eyleme dökülür. Öyle ki, bu düşünceyle adeta dünya mavi ve pembe olarak ikiye ayrılmıştır.

Bu düşüncenin böylesine kalıplaşmış olması, hiç şüphesiz ki doğumdan itibaren devreye giren bir takım süreçlerle ilgilidir. Bu süreçlerden ilki olan *toplumsallaşmada* çocuk, belirli davranışları karşısında gördüğü muameleyle, içinde doğduğu topluma dair değer yargılarını öğrenir. Kimi davranışları ödüllendirilirken, kimi davranışları cezalandırılır. Çocuk, bu değer yargılarını öğrendikçe toplumsallaşır. *Manipülasyon* sürecinde ise çocukların cinsiyet farklılıkları özellikle vurgulanır. Örneğin erkekler, küçüklüklerinden itibaren güce, şiddete ve bağımsızlığa itilirken; kadınlar süse, güzelliğe ve ev içine özendirilirler. *Yönlendirme* süreciyle birlikte, manipülasyon sürecinde dayatılanlar pekiştirilir. Bu süreçte oğlan ve kız çocuklarının dikkati belirli nesnelere çevrilir. Örneğin kız çocuklarına oyuncak bebekler, tencereler, fincanlar alınırken, erkek çocuklara araba ve silah alınır. Hatta kimi toplumlarda kız çocukları oyuncak tencerelerle değil, gerçek tencerelerle oynarlar. Oynarken, bir müddet sonra yemek yapmayı da öğrenirler. Kadın ve erkeğe çizilen bu farklı yollar, *sözel süreçler* sayesinde iyice belirginleşir. Bu süreçte kadına ve erkeğe farklı şekillerde hitap edilmeye başlanır. Öyle ki, cinsiyetlerin konuştukları konular bile, çocukluğun ilk yıllarından itibaren farklılaşmaya başlar. Hatta bir müddet sonra insanlar “kadın” ve “erkek” olarak “düşünmeye” bile başlarlar. Bununla bağlantılı olarak *etkinlik süreci* işler; insanlar hemcinsleriyle yakın arkadaşlıklar kurarak, hemcinslerinden cinsiyetlerine dair “uygun” etkinlikleri öğrenir; cinsiyet farklılıklarını ve bu

farklılıkların anlamını özümserler.⁶¹ Bu süreçler, kronolojik olarak birbirlerini takip edebileceği gibi, bir müddet sonra hepsi aynı anda işleyebilir de. Üstelik bu süreçlerin çoğu, insan hayatı boyunca tekrarlanarak kalıplaşır. Örneğin *etkinlik süreci* sayesinde cinsiyet farklılıklarının özümsemesi bir ömür boyu tekrarlanır.

Toplumsal cinsiyet sayesinde öğrenilin en temel bilgi, cinsiyet farklılıkları ve bu farklılıkların anlamıdır. Dolayısıyla toplumsal cinsiyetin devreye girdiği her an, bu farklılıkların anlamı bir kez daha özümsemiş olur. Bütün bu tekrarlar sayesinde, cinsiyet farklılıklarının, hayatın mükemmel bir uyum içinde devam edebilmesi için gerekli olduğuna inanılır. Bu düşünceyle birlikte, kültürel öğelerden yararlanılarak, cinsiyet farklılıklarıyla paralel olabilecek ve bu farklılıkları imleyebilecek ikililikler yaratılır. Aydınlık ve karanlık, arınma ve kirlilik, masumiyet ve yozlaşma, akıl ve doğa gibi durumlar, bu ikililik / karşıtlık çerçevesinde kurgulanır. Bu ikililiklerin anlamları ve cinsiyetlere yaptıkları çağrışımlar, din, eğitim, sanat ya da bilim gibi disiplinler ve kurumlarca belirginleştirilir ve sınırlandırılır. Bir başka deyişle, bu ikili sistemler bu tarz kurum ve disiplinlerin ürettikleri normlarca korunur.⁶²

Bu disiplinler ve kurumlar tarafından sistemleştirilen ikililikler, her seferinde kadın ve erkek zıtlığını temel alır. Felsefenin çağlar boyunca en temel fikir üretme alanlarından biri olan akıl ve doğa ilişkisi, bu duruma örnek teşkil eder.

Antik Yunan felsefesinden itibaren, insan aklı ve doğa karşıtlığı her seferinde dönüp dolaşıp erkek ve kadın karşıtlığıyla ilişkilendirilmiştir. Kimi düşünürler, kadın ve erkek arasında var olduğu iddia edilen karşıtlığı, erkek aklına bir tehdit olarak görürken, Kant gibi kimi düşünürler ise, bu karşıtlığı neslin devamı için gerekli görür. Örneğin Kant, cinsiyet farklılıklarını açıklarken kadınların erkeklerden daha zayıf; erkeklerinse kadınlardan daha akıllı olduklarını söyler. Bu tarz fiziksel ve zihinsel farklılıkları, türün korunması ve geleceği için gerekli görür. Çünkü ancak taraflardan biri, diğerine

⁶¹ Kamla Bhasin, **Toplumsal Cinsiyet: Bize Yüklenen Roller**, ç. Kader Ay, İstanbul: KADAV Yayınları, 2003, ss.10–11

⁶² Scott, ss. 38–39

tahakküm kurabildiğinde ahenkli ve çözülmez bir birlik sağlanabilir. Böyle bir birlik ise eşitler arasında sağlanamaz; ancak karşıtlar arasında sağlanabilir.⁶³

Batı felsefesindeki tartışmalarda doğa, çoğu kez aklın hem karşıtı, hem de akli tehdit eden bir unsur olarak görülmüştür. Bu sebeple rasyonel bilgidен anlaşılan, doğa güçlerinin aşılması, dönüştürülmesi veya kontrol altına alınması olmuştur.

Bu düşünce, kendini doğanın karşısında kurgulayan Batı kültürünün temelini oluşturur. Genevieve Lloyd'un *Erkek Akıl*'da anlattığı gibi, kendini doğa karşısında kurgulayan Batı'nın rasyonel düşüncesinde, Antik Yunan'dan itibaren kadınlar hep doğayla özdeşleştirilir. Doğayla mücadele eden, doğayı kontrol altında tutmaya çalışan bir kültürde; dolayısıyla doğayla özdeşleştirilen kadınlar da, tıpkı doğa gibi insanlığın bir tehdidi olarak görülmüştür. Nasıl doğa kontrol altında tutulmaya çalışılıyorsa; kadınlar da baskıdan, kısıtlama ve yasaklamalardan nasibini almıştır.⁶⁴

Rasyonalitenin gelişim sürecinde kadın hep düşüncenin muğlâk ve belirsiz biçimleriyle özdeşleştirilirken; erkekler, açık ve seçik, sınırları tam olarak belirlenmiş biçimlerin simgesi olmuştur.⁶⁵ Belirsizlik ve bilinmezlik noktasında da kadın ve doğa birbirine yaklaştırılmıştır. Erkek egemen akılda, kadın tıpkı doğa gibi bilinmez ve belirsiz olarak görülmüştür.

Francis Bacon da çoğu düşünür gibi doğa ve kadın arasında bir bağ kurar. Bilimin, doğa üzerinde kuracağı tahakküm sayesinde, doğanın bilinmezliğinin aşılaraq, tüm sınırlara ulaşılabilceğine inanır. Üstelik bilimin görevi, Bacon'a göre doğa üzerinde tahakküm kurmaktır. Bu tahakkümü, erkeğin kadın üzerindeki tahakkümüne; zihin ve doğa arasındaki "iffetli" ve "yasal" evliliğe benzetir.⁶⁶

Christoph Türcke ise *Cinsiyet ve Akıl*'da, doğanın kadınlarla özdeşleştirilmesinin Antik Yunan'dan çok daha önce başladığını anlatır. Türcke'nin belirttiği gibi, ilk çağlarda kadınla toprak ve doğa arasında mantıksal bağlar kurulmaya

⁶³ Aliye Kovanlıkaya, "**Kant'ta Cinsiyet Farklılığı**", *Cinsiyetli Olmak: Sosyal Bilimlere Feminist Bakışlar*, der. Zeynep Direk, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2007, s.13

⁶⁴ Genevieve Lloyd, *Erkek Akıl*, ç. Muttalip Özcan, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996, s.22

⁶⁵ Lloyd, s.23

⁶⁶ Lloyd, s.33

çalışılmıştır. Döllenme ve doğurma arasındaki bağ henüz bilinmediği için, kadının tıpkı doğa gibi kendiliğinden hayat verdiğine inanılmaktaydı. Hayvanlar topraktan beslendiği, bitkiler topraktan yeşerdiği için her şeyin temelini toprak oluşturunuyordu. Kadınlar ise tıpkı toprak gibi, insanlara hayat veriyordu. Kadınların bu ayrıcalığı, o dönemin düşünce yapısında, kadınlarla doğanın gizli güçleri arasında bir bağ kurulmasına sebep olmuştu.⁶⁷ Kadın ve doğa/toprak arasında kurulan bu bağ, günümüzde kadın ve vatan toprağı arasında kurulan bağa dönüşerek varlığını sürdürmeye devam etmiştir.

Örneğin Pınar Selek, *Türkiye’de Özgürlüğü Ararken* başlıklı çalışmasında militarizm ve toplumsal cinsiyet arasındaki bağa ışık tutarken, kadınlara vatan toprağının nasıl özdeşleştirildiğini anlatır. Vatan toprağı kadınlara, milletlerin bütünlüğü ailenin bütünlüğüyle, vatanın zapt edilmesi kadına tecavüzle, vatanın korunması namusun korunmasıyla ve vatani koruyan taraf erkeklerle/askerle özdeşleştirilmiştir.⁶⁸

Vatan ve kadın arasında kurulan bağa Simone de Beauvoir da dikkat çeker:

“Bir ülkenin özü kadınlara bütünleştirilir. Birçok edebî yapıtta gezginler, bir ülkenin tüm lezzetine (kültürüne, yiyeceklerinin tadına, coğrafyasına, iklimine, geleneklerine vs.) varabilmek için, ilk iş geneleve giderler. Yabancı bir erkek, bir ülkenin özüne hep bir kadın aracılığıyla sahip olur.”⁶⁹

Toprakla birlikte ve çoğu kez vatan toprağıyla aynı içerikle, “namus”, “onur” ve “özgürlük” de kadınlaştırılır. Özellikle “özgürlüğün”, “vatan toprağı”yla birlikte kadınlara özdeşleştirilmesi oldukça popülerdir. Örneğin, Eugène Delacroix’nın ünlü *Halka Yol Gösteren Özgürlük* tablosunda, özgürlük bir kadındır. Ama aynı zamanda özgürlük, tablodaki tek kadındır. Halk, yani erkekler, bu özgürlük için savaşılmaktadır. Biraz da bu tablonun etkisiyle Fransa’nın simgesi, özgürlüğü temsil eden bu kadın olmuştur. Yani kadın, aynı zamanda vatanın temsiline dönüşmüştür.

⁶⁷ Türcke, s.17

⁶⁸ Pınar Selek, “*Türkiye’de Özgürlüğü Ararken*”, *Cinsiyetli Olmak: Sosyal Bilimlere Feminist Bakışlar*, der. Zeynep Direk, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2007, s.124

⁶⁹ Beauvoir, *Kadın I.cilt*, s.230

Kadın ve toprak arasında insanlığın “ilk yıllarından” itibaren kurulan bağ, günümüzde şekil değiştirerek vatan toprağı ve kadın arasındaki bağa dönüşmüş, böylece bu ilişki kurgusu varlığını sürdürmeye devam etmiştir. Buradan da anlaşılacağı üzere, günümüz rasyonel düşüncesinde hâlâ kadın, doğaya/toprağı/vatan toprağına yakın taraf olarak görülür. Kadınlık ve erkeklik arasındaki ikililiğin sürdürülebilmesi için, taraflardan birinin aklın karşıtı olarak kurgulanan doğaya yakın durması, diğerinin uzak durması oldukça önemlidir.

Erkek ise işin en başından beri hep doğaya uzak taraf olarak kurgulanmıştır. Özellikle doğanın önceden anlaşılmayan bir takım sırları çözüldükçe, akıl ve erkeklik arasındaki bağ iyice kuvvetlenmiştir. Üstelik ataerki sayesinde insanlığın temeli nasıl kadından, erkeğe geçtiyse; buna paralel olarak insanlığın var oluşsal değeri, toprakla / doğayla kurulan bağdan koparak, akla kaymıştır. Zihin, insanı insan yapan en önemli değer olarak görülmeye başlanmış; insanı diğer canlılardan ve beraberinde tüm doğadan farklılaştıran en önemli unsur olmuştur. Bu noktada zihin ve erkek arasındaki bağlar, erkeğin üstün taraf olarak kurgulanmasına yaramıştır. Örneğin Philo, Yahudilerin kutsal kitabını yorumlarken, Tanrı’nın önce zihni yani erkeği, ardından da bedeni yani kadını yarattığını söyler. Tanrı bu noktada önceliği erkeğe / zihne vermiştir. Son olaraksa arzuyu yaratmıştır. Philo, Adem ve Havva hikâyesinde, Havva’yı tuzağı düşüren yılanı arzuya benzeterek, arzunun önce bedenle anlaşma yaptığını ve birlikte kendilerine hakim olan zihni aldattıklarını söyler.⁷⁰ Philo’nun bu yorumunda da görüldüğü gibi, yılan/doğa önce kendine yakın olan Havva’yı kandırmıştır. Havva sayesinde insan aklının simgesi olan Âdem de tuzağı düşürülmüştür. Böylece kadın zihnin/erkeğin/insanlığın tehdidi, kusuru olarak görülmüştür.

Nitekim felsefede, mitolojide, edebiyatta ve diğer sanat disiplinlerinde kadın, çoğu kez erkekleri ve hatta tüm toplumu tehlikeye sürükleyen bir unsur olarak karşımıza çıkar. Âdem ve Havva hikâyesinde, Havva’nın yasak elmayı yemekle kalmayıp, Âdeme de bu elmayı yedirmesinden dolayı tüm insanlık cennetten kovulmuştur. Yüzyıllarca hiçbir gücün fethedemediğı Truva, Helen yüzünden

⁷⁰ Lloyd, s.46

fethedilmiştir. Benzer bir biçimde Cleopatra yüzünden Roma İmparatorluğu'nun başına gelmeyen kalmamıştır.

Erkek egemen sanatta, mitolojide, düşünde kadın, bir “öteki cins” olarak, yeri geldiğinde “karanlık” güçlerini kullanır, erkekleri yollarından çıkarır, onları tuzağa düşürür. Şarkılarıyla denizcileri kayalıklara çarpıtan deniz perisi, kendisine âşıkları hayvanlara dönüştüren Kirke ya da balıkçıları karanlık sulara çeken göl perisi olarak karşımıza çıkar kadın. Ona kanan, güzelliğiyle büyülenen erkekler, topluluklarından kopar, yurttaşlıktan çıkar; arzularının kölesi olan bir et yığınının, dahası şimdiki zamana hapsolmuş bir kurbanı dönüşürler.⁷¹

Bu hikâyelerin devamı olarak kadın, günümüz sinemasında, edebiyatında ya da televizyon dizilerinde; aile yıkan, insanları birbirine düşüren taraf olarak gösterilir. Bu hikâyelerin altında yatan şey, kadın ve doğa arasındaki bağıdır. Doğa, insanlığın hayatta kalmasına sebep olduğu gibi, felaketleriyle ölümlere, yıkımlara ve acılara da sebep olur. Bu bakımdan doğa, güvenilmez hatta tekinsizdir. Doğanın bu özellikleri yüzyıllar boyunca hep kadınlara yüklenmiştir.

Lloyd'un Batı felsefindeki bu yaklaşıma dair söyledikleri oldukça önemli:

“(…) erkekliğin üstünlük ile bir tutulmasının tarihi, Pisagorculara kadar geriye götürülebilir. Değerli sayılan her şey, hemen erkeklikle özdeşleştirilmiştir; çift sayılara karşı tek sayılar, ‘besleyip büyütme’ ile ilgili vasıf ve yetilere karşı ‘saldırganlık’ veya ‘duygulara’ karşı ‘akıl’. Erkekliğin, üstün sayılan özelliklerle çağrıştırıldığı bu bağlam içerisinde, kadını özelliklerin erkeğe ait insanî üstünlük normlarına göre daha aşağı –ya da aşırı kurnaz bir biçimde ‘tamamlayıcı’- sayılması, sadece bir rastlantı olmasa gerek. Rasyonalite kadınlığın aşılması olarak kavranılmıştır. Ve ‘kadınlığın’ kendisi de kısmen bu yapı içerisinde ortaya çıkıp şekillenmiştir.”⁷²

⁷¹ Beauvoir, *Kadın I.cilt*, s.210

⁷² Lloyd,, s.132

Kadın ve erkek arasında yaratılmaya çalışılan doğa-akıl karşıtlığı, kimi zaman beyinlerin ölçümüne kadar gitmiştir. Paris Antropoloji Derneği'nin kurucusu Paul Broca, kadınların nispeten küçük olan beyin hacimlerinin, erkeklere oranla hem entelektüel, hem de fiziksel olarak daha aşağı olmalarını tetiklediğini iddia edebilmiştir.⁷³

Akıl üzerinden yaratılmaya çalışılan farklılıklara benzer bir biçimde şiddete yatkınlık da cinsiyetler arasındaki ikililikte önemli bir yer tutar. Gerçekten de şiddete eğilim erkekler arasında, kadınlara oranla çok daha yüksektir. Bu farklılığın sebeplerini cinsiyetlerin “doğalarından” çok, toplumsal olarak ne şekilde inşa edildiklerinde aramak gerekir. Nitekim cinsiyetlere ait belirli davranış kalıpları büyük ölçüde toplumsaldır. Örneğin bir erkeğin yürüyüşü ya da konuşma şekli hiçbir şekilde erkek biyolojisini belirleyen XY kromozomundan kaynaklanmaz.⁷⁴ Dolayısıyla erkeklerin şiddete olan yatkınlıkları, kromozomlarından çok onlara bahsedilen iktidarla ilgilidir. İktidarı ellerinde bulunduran erkekler, bunu duruşlarına, imajlarına, kas gücüne yansıtarak bu iktidarı doğallaştırırlar. Gücü, doğanın erkeklere bahsettiği bir özellikmiş gibi dışa vururlar. Bu sebeple çoğu erkek güçlerinin ve şiddete eğilimlerinin bir göstergesi olarak birbirlerine vurarak şakalaşır.⁷⁵

Kimi düşünürler erkeklerin şiddete ve öldürmeye olan eğilimlerini açıklarken evrime başvurur. Bu yaklaşım bir hayli popüler olduğu kadar tartışmalıdır da. Bu yaklaşıma göre, bugünkü şiddete eğilimli toplumsal erkekliğin kökeninde avlanan ilkel erkek yatar. Ancak ilk insanların öyle sanıldığı kadar avcı topluluklar olmadıklarına, aksine çoğunlukla meyve ve köklerle beslendiklerine dair bir yığın bulgu vardır.⁷⁶ Bu tarz biyolojik indirgemeci yaklaşımlar Lynne Segal'in belirttiği gibi, çoğunlukla var olan mevcut durumun korunmasına hizmet eder. Eğer evrimin bıraktığı bu tarz miraslar gerçekten varsa bile, daha eşitlikçi bir toplum için biyolojik olan değiştirilebilir, denetlenebilir, yönlendirilebilir ve hatta görmezden bile gelinebilir.⁷⁷

⁷³ Berna Kılıç, “Akıl Cinsiyeti Var mı?”, *Cinsiyetli Olmak: Sosyal Bilimlere Feminist Bakışlar*, der. Zeynep Direk, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2007, s.35

⁷⁴ Connell, s.122

⁷⁵ Connell, s.124

⁷⁶ Segal, s.232

⁷⁷ Segal, s.234

Postmodern feministlerden biri olan Donna Haraway'ın *siborg teorisi*, bize biyolojinin bir yazgı olmadığını gösterir. Haraway, *Siborg Manifestosu*'nda yüzyıllardan yıkılamaz gibi görülen farklılıkların, teknoloji sayesinde ortadan kalkabileceğini anlatır. Zaten günümüz dünyasında farklılıklar yavaş yavaş ortadan kalkmaktadır. Örneğin insan ve hayvan arasında var olduğuna inanılan “büyük” farklılıkların aslında sanıldığı kadar “büyük” olmadığı, hatta insanların da hayvan oldukları kabul edilmiştir. Dahası yaşayan organizmalar ile makineler arasındaki farklılıklar sorgulanmaya başlanmıştır. Haraway, *siborg teorisini* insan-hayvan, organizma-makine, kadın-erkek gibi aralarında önceden kesin gibi görülen sınırların belirsizleşmesi üzerine kurar.

Siborg, makine ve organizmanın bir araya gelmesinden oluşur. Örneğin kalp pili takanlar ya da protez bacak kullananlar birer *siborg*tur. Haraway, teknolojinin bu imkânlarının kadınları gelecekte özgürleştireceğini öne sürer. Çünkü *siborg* sayesinde cinsiyetler önemlerini yitirecektir. Dahası üreme, teknolojinin yardımıyla gerçekleşecektir.

Batı geleneklerinde, benlik-öteki, zihin-beden, uygar-ilkel, etkin-edilgin, kültür-doğa, erkek-kadın gibi ikililiklerin sağlam bir biçimde varlıklarını sürdürdüklerini görüyoruz. Haraway'ın bakış açısıyla baktığımızda, teknoloji sayesinde bu ikililiklerin sarsılabileceğini görürüz. Örneğin insan ve makine arasındaki yapan-yapılan farkı gittikçe ortadan kalkıyor. Hangisinin hangisi olduğu, gittikçe belirsizleşiyor. Benzer bir biçimde hangisinin zihin, hangisinin beden olduğu da karmaşık bir hâl alıyor.⁷⁸

Ancak günümüzde kadın ve erkeğin birbirinden farklı kurgulanmasında biyoloji, hâlâ önemli bir kaynak olarak varlığını sürdürür. Özellikle cinsiyetler arasındaki farklılıkları savunanlar hâlâ canla başla cinsiyetlerin biyolojik doğalarına gönderme yapmaktadırlar. Zaten toplumsal cinsiyetin en önemli işlevlerinden biri biyolojiyi vurgulamaktır. Elbette kadın ve erkek arasında bir takım fizyolojik farklılıklar söz konusudur, ancak toplumsal cinsiyet sayesinde bu farklılıklar hem belirgin hale getirilir, hem de hiçbir şekilde biyolojiyle / fizyolojiyle / doğayla ilgisi olmayan farklılıkların kaynağı olarak cinsiyetlerin biyolojik doğaları gösterilir. Bu biyolojik

⁷⁸ Dona Haraway, *Siborg Manifestosu*, çev. Osman Akınhay, İstanbul: Agora Kitaplığı, 2006, s.65

doğalar çevresinde bir yığın farklılık üretilir. Örneğin bebeğini emziren bir kadının dişiliğinden hiç kimse şüphelenmemesine rağmen; dantellerle, fiyonklarla ya da buna benzer süslerle emziren kadına “kadınsılık” yüklenir. Bu insanın bir kadın olduğu bu detaylarla vurgulanır. Oysaki bu süslerin en ufak bir işlevi yoktur.⁷⁹ Simone de Beauvoir, bu tarz süslerin işlevsel olmaktan çok kontrol amaçlı olduğuna inanır. Örneğin modanın çoğunlukla kadını, bedeninin aşkınlığından koparılmasına yaradığına inanır. Kadın bedeni, moda sayesinde kontrol altında tutulur: Ayaklarına şerit geçirilerek ayakları küçültülen Çinli kadınlar zar zor yürürler, Taylandlı kadınların boyunlarındaki halkalar özgürce hareket etmelerine engel olur, boyalı ve uzun tırnaklar kadınları “elsiz” bırakır. Yüksek topuklar, eteği havada tutan kafesler ve daha birçok modaya, geleneğe uygun kıyafet ve aksesuar kadını adeta sakat bırakır. Bütün bunlar sayesinde kadının bedeni kontrol altında tutulur.⁸⁰

Ancak cinsiyetleri birbirinden farklılaştıran kimi unsurlar “karizmatik” oldukları için, kimi kesimlerce samimiyetle savunulmaya devam edilebilmektedir. Örneğin Carol Gilligan *In A Different Voice* adlı kitabında, büyük bir hırsla kadınların erkeklere oranla farklı ahlâksal gelişim süreçlerine sahip olduklarını savunur. Gilligan’a göre, kadınlar her durumda erkeklere oranla insana daha çok önem verirler. Başkalarının duygularını daha yoğun paylaşırlar. Bu sebeple ahlâki olarak daha üstündürler.⁸¹ Ancak Gilligan’ın bu teorisi, tıpkı Segal’in belirttiği gibi cinsiyet farklılıklarının abartılmasından öte bir şey değildir. Kaldı ki “iyi” ya da “ahlâklı” kadın tipi, nihayetinde eril egemenliğin sürdürülmesine hizmet eder. Kadınlardan beklenen duyarlı davranma, başkalarının duygularını daha yoğun paylaşma gibi özellikler, kadınları ekonomik ve politik gücün zorlu dünyasından uzak tutarak kocasının ve çocuklarının mutlulukları için birçok şeyden ödün vermesine sebep olur.⁸²

Kadınların ücretli iş gücüne katılımını etkileyen faktörlerden biri olarak kadınlara yüklenen bu gibi değerler gösterilebilir. Nitekim kadınları erkeklerden farklılaştıran değerler, aynı zamanda onları eğitim, iş ya da politikadan uzak tutmaya yarayabilmektedir. Örneğin dünyanın her yerinde, kadınların erkeklere oranla iş gücüne

⁷⁹ Connell, s.117

⁸⁰ Beauvoir, *Kadın I.cilt*, s.201

⁸¹ Akt. Segal, s.192

⁸² Segal, s.193

katılım oranları hâlâ çok düşüktür. Sadece eski Sovyet toplumlarında ve Kara Afrika’da oranlar birbirine yaklaşır. Arap ülkelerindeki farklılıklar ise çok daha yüksektir. Bu ülkelerde erkeklerin ücretli iş gücüne katılım oranları, kadınların katılımından beş ila yirmi kat daha fazladır.⁸³ Türkiye’deki durum ise pek iç açıcı değildir. Üstelik resmi istatistikler, kadınların ücretli iş gücüne katılımlarında 1950’li yıllardan itibaren bir düşüş yaşandığını gösterir. 1955 yılında toplam kadın istihdam oranı %72 iken, 1985’te %43, 1990’da %34, 2004’te %25,4 ve 2005’te %24,8’e kadar düşmüştür.⁸⁴

Ücretli iş gücüne katılım oranlarının böylesine düşük oluşunun sebeplerinden biri de, kadınların eğitime katılım oranlarının da düşük oluşudur. Dünyanın hemen her yerinde cinsiyetlerin eğitime katılım oranlarındaki farklılık göz ardı edilemeyecek kadar belirgindir. Örneğin Filistin’de kadın okuryazarlık oranları %88,9 iken, erkeklerin oranı %96,9’dur. Ayrıca işsizlik oranı kadınlarda %31,2 iken, erkeklerde %17,1’dir.⁸⁵

Cinsiyet eşitsizliğiyle mücadele eden Avrupa Birliği gibi topluluklar dâhilindeki ülkelerde bile iş gücüne katılım oranlarındaki farklılıklar varlıklarını sürdürüyor. Avrupa Birliği 1957’de kadın-erkek eşitsizliğinin varlığını resmen kabul etmiş, ancak bu eşitsizlikle ilgili mücadele alanları, topluluğun o dönemdeki doğasından ötürü sadece iş gücü piyasasıyla sınırlı kalmıştır. 1999 yılında ise toplumsal cinsiyetin varlığı yazılı olarak kabul edilmişti. Ancak günümüz Avrupası’nda kadınların istihdam oranları hâlâ erkeklerin istihdam oranlarının altındadır; kadınların %54’ü, erkeklerinse %74’ü ücretli iş gücüne katılır.⁸⁶

Ücretli iş gücü de toplumsal cinsiyetle şekillenmiştir. Ev ya da aile içindeki kadın ve erkeklerin rol dağılımları, ücretli iş gücüne yansır. Örneğin kadınlardan nasıl ev içinde itaatkâr ve hizmetkâr olmaları bekleniyorsa, bu beklenti ev dışındaki iş yaşamına da yansır; dolayısıyla anaokulu öğretmenliği, hemşirelik ya da hosteslik gibi

⁸³ Connell, s.32

⁸⁴ Kadınların iş gücü piyasasına katılımlarındaki bu hızlı düşüşün temel sebeplerinden biri olarak tarım istihdamının hızla azalması gösteriliyor. Çünkü kadınlar en çok bu sektörde ücretli iş gücüne katılmaktaydı. Aysun Sayın, “**Toplumsal Cinsiyet ve Çalışma Hayatı**”, *Türkiye’de Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları*, İstanbul: Heinrich Böll Stiftung Vakfı, 2007, s.35 ve s.38.

⁸⁵ Nadia Hajal Beckleh, “**Filistin’de Toplumsal Cinsiyet: Kısa Bir Harita**”, *Türkiye’de Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları*, İstanbul: Heinrich Böll Stiftung Vakfı, 2007, s.27

⁸⁶ Ulrike Allrogen, “**Almanya’da Toplumsal Cinsiyet**”, *Türkiye’de Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları*, İstanbul: Heinrich Böll Stiftung Vakfı, 2007, s.10

meslek dalları, kadınlara daha “uygun” görülür. Erkekler ise aile içinde güç ve denetim sahibi olmalarının devamı olarak; ev dışında yönetici, asker, maden işçisi ve politikacı olurlar.⁸⁷ Bir başka deyişle, profesyonel iş dünyası, heteroseksüel ailedeki kadın-erkek ikililiğiyle paralellik gösterir.

Ev içindeki görev dağılımı, adeta kadınların yazgısı haline getirilmiş, ev içinden çıksalar bile ev içindeki işlerine paralel olabilecek, adeta bu işlerin devamı niteliğindeki işlerde görev almışlardır. Üstelik çocuklara bakmak çevresinde şekillenen ev işleri, yüzyıllardır hiç değişmeden yinelenip dururlar; herhangi bir yenilik getirmezler. Kadınların yapmakla yükümlü tutuldukları, kadınların hayatına yenilik getirmek bir yana, onların hayatlarını körelten ev işlerine karşılık, erkeklerin uğraşları, bireyi bulunduğu noktadan ileriye götürecek, sürekli gelişen ve değişen uğraşlardır. Simone de Beauvoir’ın sözleriyle, “O (Erkek) yalnızca kendisine verilen dünyayı sürdürmeye çalışmamış: kendisini çevreleyen sınırları parçalamış, yeni bir geleceğin temellerini atmıştır.”⁸⁸

Aynı iş yerinde çalışanlar bile, çoğunlukla toplumsal cinsiyete dayalı görev dağılımından etkilenirler. Örneğin erkekler çoğunlukla yönetim aşamasında, yaratıcılık gerektiren ya da teknik işlerde çalışırken, kadınlar iletişim ve hizmet alanlarında çalışırlar. Çoğu sektörde olduğu gibi, özellikle reklamcılıkta bu durum sıkça karşımıza çıkar. Bir reklam ajansında müşteri ilişkilerini çoğunlukla kadınlar yürütürken, yaratıcı departmanlarda erkekler çoğunluktadır.

Sayısal veriler de iş yaşamındaki toplumsal cinsiyete dayalı farklılaşmanın boyutlarını gösterir. Britanya’daki büyük kuruluşların yöneticilerinin %87’si erkektir. ABD’de en yüksek mahkemelerde dava görebilen avukatların sadece %3’ü, İngiltere’de %4’ü ve İsveç’te %7’si kadındır. ABD’de mühendislerin sadece binde yedisi, Fransa’da %3,7’si ve İngiltere’de sadece binde altısı kadındır.⁸⁹

Hâlbuki günümüzde cinsiyete dayalı iş bölümüne sebep olacak mantıksal hiçbir gerekçe yoktur. Öyle ki, teknolojik imkânlar sayesinde önceden kas gücü

⁸⁷ Bhasin, s.30

⁸⁸ Beauvoir, *Kadın I.cilt*, s.61

⁸⁹ Bhasin, s.21

gerektiren işler bile herkesçe yapılabilecek duruma gelmiştir. Bu sebeple teknolojik olanakların gelişimi, görev dağılımında toplumsal cinsiyete dayalı farklılaştırmanın ve eşitsizliğin önüne geçebilir. Harraway'ın *siborg manifestosu* her ne kadar fütüristçe bir umut taşısa da, hâlihazırda eyleme dökülebilecek bir takım imkânlar hakkında düşünmemizi sağlar. De Beauvoir'ın bu konuda verdiği örnekte olduğu gibi, çağdaş makineler sayesinde tek bir tuşla büyük yükler kaldırılabilir. Nitekim günümüzde pek az erkek gerçekten kas gücünü kullanarak çalışır. Bütün bunlar dikkate alındığında sözde fizyolojik farklılıklardan kaynaklanan iş bölümü iyice anlamsızlaşır.⁹⁰

Bu tarz imkânların varlığına rağmen, örneğin söz konusu makinelerin çalıştırılması olunca kadınların doğaları gereği mekaniğe yatkın olmadıkları düşünülmektedir. Bir fabrikada pekâlâ makineleri çalıştırabilecekleri halde, bu makinelerden uzak tutulurlar. Kadınların erkeklere oranla daha az mekanikle uğraşmaları, doğalarından dolayı değil, kalıplaşmış toplumsal pratiklerden dolayıdır.⁹¹

Kalıplaşmış toplumsal pratikler sayesinde, çok küçük yaşlardan itibaren kadınlar ve erkekler farklı yolların yolcusu olurlar. Bu pratikler, kişinin toplumsal cinsiyetini şekillendirmeye yöneliktir. Çoğu kez farkında bile olmadığımız, kalıplaşmış / otomatik hale gelen pratiklerdir bunlar. Ancak toplumsal cinsiyetin *doğallaştırılmasından* ötürü, bu farklılıkların kaynağı olarak kişinin etkileşimde bulunduğu toplumsal çevreden çok, doğumuyla getirdiği bir takım özellikler görülür. Örneğin kadınların sakin, yumuşak huylu ya da anaç olmalarının altında, annelik içgüdüsünün yattığı düşünülür. Erkeklerin saldırgan, hiperaktif ve atılgan olmalarından ise testosteron sorumlu tutulur. Hâlbuki kadınların çocukluktan itibaren yumuşak, sevecen, süslü püslü şeylere özendirilmesinin; kardeşlerine göz kulak olup, babasına hizmete teşvik edilmesi o kadının karakterindeki etkileri görmezden gelinir. Benzer bir biçimde erkeklerin, çocukluktan itibaren saldırganlığa, şiddete ya da silahlara özendirilmesinin etkileri de çoğu kez görmezden gelinir.

Farklılık tartışmalarında da cinsiyet kimliklerini şekillendiren toplumsal pratikler, özellikle cinsiyetlerin toplumsal olarak şekillendiği fikrine karşı çıkanlar

⁹⁰ Beauvoir, *Kadın I.cilt*, s.64

⁹¹ Connell, s.321

tarafından görmezden gelinir. Cinsiyet farklılıklarıyla ilgili birçok tartışma, genelde kadın ve erkeğin biyolojik farklılıkları konusuna gelip takılmaktadır. Feminizm karşıtları, yıllarca kadın ve erkeğin temelde farklı olduklarını öne sürerek tartışmaya son noktayı koymak istemişlerdir. Bu anlayışın özünde, toplumsal olanın biyolojik olduğu fikri yatar.⁹²

Cinsiyetlerin birbirinden temelde farklı olduğu fikri, kültürel olarak öylesine benimsenmiştir ki, popüler kültürden bilimsel çalışmalara kadar her yerde bu farklılıkların varlığı tekrar ve tekrar yinelenir. Örneğin çoğu araştırmacı, kadın ve erkekler arasında farklılıklar olduğu ön kabulüyle araştırmalarını yapar. Saldırganlık, sokulganlık, sözel-sayısal yetenek ya da görsel hafıza gibi alanlarda cinsiyet kaynaklı farklılıklara dayalı yığınla araştırma yapılmıştır. Bu araştırmacıların temel kaygıları hep bu farklılıkları bulmak olmuştur. Ancak yaklaşık seksen yıllık geçmişi olan bu araştırmaların esas bulgusu kadın ve erkekler arasında muazzam psikolojik benzerliklerin olduğudur. Sanıldığığının aksine, farklılıklar çok azdır. Ancak araştırmalarda hep aslında az olan bu farklılıklar ön plana çıkarılır. Bu, büyük ölçüde araştırmacıların toplumsal cinsiyet kalıp yargılarıyla ilgilidir. Connel'in özellikle üzerinde durduğu gibi, hem yazarlar, hem de okuyucular bu kalıp yargıları kırmayı başarsaydılar, cinsiyet farklılıkları yerine cinsiyet benzerliği üzerine yapılmış bir yığın araştırma üzerine konuşuyor olacaktır.⁹³

Monique Wittig, cinsiyetler arasındaki farka inatla vurgu yapmanın, cinsiyetler arasında hiçbir şekilde ortadan kaldırılamayacağını sandığımız doğal mesafeler yarattığını belirtir. Bu mesafeler sanaldır. Cinsiyetler arasındaki farkların böyle doğallaştırılması, cinsiyetler üzerindeki baskıyı bir yazgı haline getirir.⁹⁴

Hâlbuki cinsiyetlerin toplumsal doğası, akışkan olabilir ve bu sayede cinsiyetler üzerindeki baskı, hafifleyebilir. Üstelik toplumsal olanın biyolojik kaynaklı olduğu fikri, farklı toplumsal cinsiyet açımları sayesinde bir bakıma çürütülebilir ve hâlihazırda çürütülmektedir de. Toplumsal cinsiyet kültürel olduğu için, biyolojik cinsiyetin ne devamı ne de ilişigidir. Örneğin toplumsal erkek kimliği, bir kadın

⁹² Connell, s.102

⁹³ Connell, s.229

⁹⁴ Wittig, ss.10-11

bedeninde yer alabileceği gibi, tam tersi bir durum da söz konusu olabilir. Ancak çoğu kez toplumsal cinsiyetin bu açılımları dikkate alınmaz ve biyolojik cinsiyete paralel olarak kimliklerin şekillendiği düşünülür. Yani biyolojik olarak kadın olan bir kişinin, kadın kimliğini benimseyeceği ya da benimsemesi gerektiği düşünülür. Toplumsal cinsiyetin, biyolojik cinsiyetin devamı ya da ilişkisi olarak yorumlanmasının altında, ikili toplumsal cinsiyet anlayışı yatar. Toplumsal cinsiyet, biyolojik cinsiyetin aynasıymış gibi yorumlanır. Judith Butler'ın üzerine dikkat çektiği gibi, toplumsal cinsiyet bu ikili sistemle sınırlı tutulamaz. Üstelik biyolojik cinsiyet ve toplumsal cinsiyet arasındaki bağa dair ezberler bozulabilirse, toplumsal cinsiyet daha akıcı, çoğul ve değişken olabilir.⁹⁵

Daha önce de değinildiği gibi, biyoloji ya da doğa, var olanın korunması / sorgulanmaması için referans olarak gösterilir. Toplumsal olan birçok şey, dönüp dolaşıp biyolojiye / doğaya dayandırılır. Bu çerçevede toplumsal cinsiyet, biyolojik cinsiyetin devamı / ilişkisi şeklinde kurgulanır. Böylece cinsiyet kimliklerimiz meşruiyetlerini biyolojiden almış olur.

Bu ikili sistemde dominant taraf erkektir. Bu kurguda, erkek her şeyin özü, temeli ve merkezidir. Her şeyden önce insan, erkektir. Nitekim en ilkel kavimlerden itibaren özne hep erkek olagelmıştır. Erkek, hem mutlak varlık, hem de insanlığın öznesi olarak ön plana çıkmıştır.⁹⁶ Bu anlayışın yansımalarını birçok dilde gözlemlememiz mümkün. Örneğin İngilizcede insan için *mankind* denirken, Türkçede *insanoğlu* ya da *adam* tüm insanları tanımlamak için kullanılır. Bu sebeple, Simone de Beauvoir kadına öteki ya da ikinci cinsiyet deme gereği duymuştur. Kadın tarih boyunca temel olandan / öz olandan / merkezden uzağa itilmiş, hep “öteki” olmuştur. Judith Butler da, *Gender Trouble*'da bu ikili cinsiyet algısının temelde maskülen olduğunu, bu ikili algıda kadınların her zaman “farklı” ve “öteki” olduğunu vurgular.⁹⁷

Âdem ve Havva'nın yaratılış hikâyeleri, bu ikili sistemde birincil ve temel tarafın erkek olduğunu anlamamız için güzel bir örnek teşkil eder. Tanrı önce Havva'yı değil Âdem'i yaratmıştır. Havva'yı ise sonradan, Âdem'e dostluk etmesi için

⁹⁵ Butler, *Gender Trouble*, s.10

⁹⁶ Beauvoir, *Kadın I.cilt*, s.18

⁹⁷ Butler, *Gender Trouble*, s.25

yaratmıştır. Üstelik Âdem'den farklı olarak topraktan değil, Âdem'in kaburga kemiğinden yaratmıştır. Simone de Beauvoir'ın dediği gibi, Havva'nın doğumu bile özerk değildir. Doğumu, hatta var oluş sebebi bile erkeğe bağlanmıştır. Çok açıktır ki, Âdem olmasa, Havva da olmayacaktı. Ama aynı şeyi Âdem için söylememiz mümkün değil. Havva/kadın bu haliyle, Âdem'in/erkeğin özsel olmayan tamamlayıcısıdır.⁹⁸

Bu durumda tüm toplumun kaynağı, var oluş sebebi Adem'dir/erkektir. Bu yüzden de günümüz toplumunda soy, kadına değil erkeğe dayandırılır. Ancak soyu sürdürecektir olan ve toplumun direğini teşkil eden bu erkek, bir takım özelliklere haiz olmalıdır. Bu noktada Connel'in toplumsal cinsiyet literatürüne kazandırdığı *hegemonik erkeklik* kavramı, toplumsal kurgunun göbeğinde yer alan erkeği anlamamız için bize yardımcı olabilir.

Her şeyden önce *hegemonik erkeğin*, diğer kimliklerden ayırt eden özelliği heteroseksüel oluşudur. Evlilik kurumuyla sıkı sıkıya bağlıdır. Bu durumda heteroseksüel olmayan erkekler, örneğin eşcinseller, *tabi kılınmış erkekler*dir. Bunun doğal sonucu olarak evlilik kurumundan ve bu kurumla şekillenen aileden itilirler*, şiddete ve ayrımcılığa maruz kalırlar.⁹⁹ Erkekler için istenen ve beklenen, *hegemonik erkekliğe* uygunluktur. *Hegemonik erkeklik*, kadınları ve kendinden aşağı konumdaki erkekleri (eşcinselleri ya da işçileri) ezme ve zapturapt altında tutma eğilimi gösterir. Connel'a göre, *hegemonik erkeklikle* benzerlik gösterebilecek bir "hegemonik kadınlık" yoktur, çünkü kadınlar arasında bu şekilde bir hegemonya kurma eğilimi gözlemlenmez. Ancak belirli tipte bir kadınlığın ön plana çıkarıldığından bahsetmek mümkün... Bu tip ise, *hegemonik erkekliğe* boyun eğen ve bu erkekliğe hizmet eden kadın tipidir. Bu tip, özellikle genç kadınlarda cinsel açıdan çekici olma, yaşlı kadınlarda ise annelik etrafında şekillenir. Bu kadın tipi, tıpkı *hegemonik erkeklik* gibi gayet kamusaldır ve kültür sayesinde yoğun bir biçimde pompalanır.¹⁰⁰

⁹⁸ Beauvoir, *Kadın I.cilt*, s.176

* Connell eşcinsellerin evlilik kurumundan dışlandığını söyler. Tüm toplumun kökeni, evliliğe ve heteroseksüel çekirdek aileye dayandırıldığı; hatta tüm toplum heteroseksüel çekirdek aileyle özdeşleştirildiği için; evlilik ve aile kurumundan dışlanan bir kesimin, aynı zamanda toplumdan da dışlandığını söyleyebiliriz.

⁹⁹ Connell, s.249

¹⁰⁰ Connell, s.251

Hegemonik erkeklığe boyun eğen kadın tipini bir tuzak olarak algılamak mümkündür. Örneğin Simone de Beauvoir, kadına yüklenen “anne” ya da “güzel sevgili” rollerinin, kadını insani *mitsein*’dan dışlamaya yaradığını söyler. Bu sefer dışlama, aşağılama ile değil yüceltme ile gerçekleşir. Daha sonra da ele alınacağı gibi, yüceltme ötekileştirme sürecinde kullanılan yöntemlerden biridir. Nitekim anne ya da güzel kadın, erkeklerin gönlündeki kadın efsanesine hizmet eder. Efsane yaratabilmek için de özne olmaya ihtiyaç duyulur. Oysa kadınlar özne olamadıkları için, bir erkek efsanesi yaratılamamıştır. Erkek efsaneler / erkek kahramanlar / *hegemonik erkekler*, özne olabilen erkekler tarafından yaratılmıştır.¹⁰¹

Hegemonik erkeklik, kadını ve erkeği evlilik/aile çatısı altında zorunlu olarak birbirine bağlar. İşte bu noktada toplumsal cinsiyet ve heteroseksizm arasındaki bağ görünür olur.

Şöyle ki; toplumsal cinsiyet her şeyden önce bir ikilik yaratır. Tüm kültür, bu ikilik çevresinde şekillenir. Bu ikili toplumsal cinsiyet kurgusunda dominant olan taraf toplumsal erkekliktir. Erkeklik dominant olduğu için, iyi ve makul olan her şey kurnaz bir biçimde erkeklikle özdeşleştirilir. Buna karşılık kadın, yoksunlukla, zayıflıkla özdeşleştirilir; hatta kimi durumlarda düzeni tehdit eden ya da yıkan bir unsur olarak görülür. Bu sebeple kadından beklenen, erkeğin dünyasına, düzenine sorgulamadan boyun eğmektir. Bu sayede var olan düzen, sorunsuz bir biçimde işlemeye devam eder. Bu düzene, Connel’in tabiriyle *hegemonik erkeklik* yön verir. Hegemonik erkeklik, var olan düzenin devamı için evlilik kurumuyla kadına bağlanmıştır. Bunun karşılığında da kadın, yine aynı kurumla *hegemonik erkeklığe* bağlanmıştır.

Toplumsal cinsiyetin yeniden üretimini sağlayan kültür, insanlara *hegemonik erkeklığı* ve *hegemonik erkeklığe boyun eğen kadını* öğretir. İnsanları, çocukluklarından itibaren bu tiplere özendirir. Hegemonik erkeklik, destanlar, aşk hikâyeleri, gerilim filmleri ya da western filmleri sayesinde kahramanlaştırılır.¹⁰² Özellikle çizgi filmlerde, erkek kahraman her zaman *hegemonik erkeklikle* uygunluk içindedir. Sevdığı kadın için tüm tehlikeleri göze alacak derecede cesurdur. Tüm zorluklara göğüs gererek, sevdiği

¹⁰¹ Beauvoir, *Kadın İ. cilt*, s.177

¹⁰² Connell, s.325

kadını ve ailesini korur / kurtarır. Buna karşılık kadın kahramanlar, onları içinde bulundukları sıkıntılı durumdan kurtaracak *hegemonik erkeği* beklerler. Bu erkek geldiğinde ise tüm sorunlar çözülür, her şey yoluna girer. Bir başka deyişle mutluluğun anahtarı *hegemonik erkeğin* elindedir. *Hegemonik erkek* için ise tüm var olma sebebi, sevdiği kadını korumak, onun için savaşmaktır.

Hegemonik erkeklik ve hegemonik erkekliğe boyun eğen kadınlık toplumsal cinsiyet kimlikleri çevresindeki normlarla tutarlılık içindedir. Toplumsal cinsiyeti çevreleyen normlar açısından, kimliklerin bu şekilde tutarlılık sağlaması ve sürelilik arz etmesi elzemdir. Çünkü tutarsızlık ve değişkenlik, bu normları tehdit eder.

Butler'ın belirttiği gibi, toplumsal cinsiyet kimliklerimize ek olarak cinsel yönelimlerimiz de normlarla tutarlılık içinde olmalıdır. Cinsel yönelimlerimiz, kadın-erkek ikililiğine/zıtlığına paralel olmalı, bu ikililiğin varlığını sürdürmeye hizmet etmelidir. Cinsiyet ideolojisi, kadın ve erkekten oluşan ikili / birbirinin zıttı asimetrik matrise uyumlu, bu ikililiğin devamını sağlayan, bu ikili anlayışın ilişkisi bir cinselliğe ve cinsel yönelime ihtiyaç duyar. Bu ikililiği sürdürebilecek ya da bu ikililiğin varlığını tehdit etmeyecek tek yönelim şekli ise heteroseksüelitedir. Heteroseksüel olmayan yönelimler, bu ikili matrise uyumsuz düşerler. Bu tarz yönelimlerin, biyolojik ya da toplumsal cinsiyeti takip etmediği düşünülür. Cinselliğe anlam yükleyen ve cinselliği şekillendiren kültürel normlar açısından bu “takip” bir hayli önemlidir.¹⁰³

Gayle Rubin, zorunlu heteroseksüellik ve aile gibi kurumların cinsiyetler arasındaki farklılığın korunmasında önemli bir işleve sahip olduğunu düşünür. Çünkü toplumsal cinsiyet sistemi, biyolojik cinsiyetleri birbirinden farklılaştırırken ve birbirleri arasında hiyerarşik bir sıralama yaratırken büyük oranda zorunlu heteroseksüelliği kullanır. Zorunlu heteroseksüellik sayesinde cinsiyetler arasında yaratılan farklılıklar ve hiyerarşiler sorgulanmaz; aksine bu farklılıkların ve hiyerarşinin “mükemmel uyum” için gerekli olduğu düşünülür. Rubin'in dikkat çektiği gibi, çocuklar biyolojik cinsiyetlerinden, toplumsal cinsiyetlerine dönüştürülmeden önce bu farklılıkların ve

¹⁰³ Butler, *Gender Trouble*, ss.23-24

hiyerarşinin farkında değildirler. Üstelik bu süreçte tüm çocuklar, insanlığın doğasında var olan her türlü cinsel olasılıklarla yakın temas halindedirler.¹⁰⁴

Toplumsal cinsiyet bir yandan zorunlu heteroseksüelliği, cinsiyetler arasında farklılaşma ve hiyerarşi yaratmak için kullanırken, bir yandan da heteroseksist normativite tarafından düzenlenmeye maruz kalır. Nitekim Judith Butler'ın *Undoing Gender*'da belirttiği gibi, toplumsal cinsiyetin düzenlenmesi / kurgulanması her zaman için heteroseksist sistemin işlerinden biri olmuştur.¹⁰⁵

Görüldüğü gibi, zorunlu heteroseksüellik ve toplumsal cinsiyet arasında doğrudan bir bağ / bir ilişki söz konusudur. Toplumsal cinsiyet, heteroseksizmi besler ve heteroseksizm amaçlarına ulaşmak için birbirinden farklılaştırılmış ve aralarında hiyerarşi oluşturulmuş cinsiyetleri öngören/kurgulayan toplumsal cinsiyeti kullanır. Yani, varlıklarını sürdürebilmek için birbirlerine ihtiyaç duyarlar. Toplumsal cinsiyet ve heteroseksizm arasındaki bu zorunlu ilişki, heteroseksist ezberin bozulması durumunda, toplumsal cinsiyetin de bozulmasına sebep olur.¹⁰⁶ Benzer bir biçimde, toplumsal cinsiyetin sorgulanması ve dönüştürülebilmesi için, heteroseksizmin de sorgulanması gerekir. Heteroseksizm sorgulanmadığı sürece, cinsiyetler arasındaki eşitsizliği besleyen etkenlerin anlaşılması ve bunların önüne geçilmesi yolunda atılacak adımlar her zaman eksik kalacaktır.

Wittig'in de belirttiği gibi, zorunlu ve doğallaştırılmış heteroseksüellik, ikili ve zıtlığa dayalı bir toplumsal cinsiyet algısına ihtiyaç duyar. Bu algıda maskülen taraf efeminen taraftan ayrılmak ve farklılaşmak; her iki taraf birbirinin ötekisi olmak zorundadır. Bu farklılaşma ve beraberinde zıtlık / ikililik anlayışı heteroseksüel tutkunun performe edilmesi, bu tutkunun pratiğe dökülmesi sayesinde uzmanlaşır / pekişir / keskinleşir.¹⁰⁷

Nitekim başta birbirinden farklılaştırılan, birbirinin zıttı haline getirilen cinsiyet anlayışı olmak üzere, toplumsal cinsiyetin hizmet ettiği her olgunun ve

¹⁰⁴ Akt. Butler, ss.93-94

¹⁰⁵ Judith Butler, **Undoing Gender**, New York: Routledge, 2004, s.186

¹⁰⁶ Akt. Butler, s.95

¹⁰⁷ Wittig, s.30

toplumsal cinsiyet çevresinde şekillenen her normun, vardığı nihai nokta bir kadın ve bir erkekten oluşan heteroseksüel ilişkidir. Heteroseksüel ilişki, toplumsal cinsiyet sisteminin korumaya çalıştığı en önemli kurumdur. Nihayetinde sadece bu tarz ilişki, toplumun ve çoğu güç ilişkisinin devamını sağlayabilecek biyolojik yetiye sahiptir. Suzanne Pharr'ın *Homophobia: A Weapon of Sexism*'de belirttiği gibi, heteroseksüel ilişkiyle birlikte şekillenen çekirdek aile, ataerkil gücün kalesidir ve bu gücün devamı / korunması için zorunlu heteroseksüelliğe yani heteroseksizme ihtiyaç duyulur.¹⁰⁸

¹⁰⁸ Suzanne Pharr, “**Homophobia: A Weapon of Sexism**”, *Oppression, Privilege, and Resistance*, edit. Lisa Heldke, Peg O'Connor, New York: McGraw-Hill, 2004, ss.259–274

3. HETEROSEKSİZMİN İDEOLOJİK TEMELLERİ VE YANSIMALARI

3.1. HETEROSEKSİZME DAİR KURAMSAL AÇIKLAMALAR

“Kendisini model olarak kabul ettiren, kuralı geçerli kılan, gerçeği avucunda tutan çift, sır ilkesini kendine saklamak koşuluyla söz hakkına sahiptir. Toplumsal uzamda olduğu gibi, her evin merkezinde, resmen tanınan, aynı zamanda fayda ve verim getiren tek bir mekân vardır: ana babanın yatak odası. Bunun dışında kalanınsa silinmekten başka çaresi yoktur.”¹⁰⁹

Foucault, yukarıdaki alıntısında ana babanın yatak odasını tüm evin ve toplumun merkezine yerleştirir. Foucault’nun dikkat çektiği, bir kadından ve erkekten oluşan heteroseksüel ilişkinin toplumsal uzamdaki merkezî olma durumu, tarihsel bir gelişimin / düşünsel bir evrimin sonucudur.

Heteroseksüel ilişki biçiminin insanlığın gelişim sürecinde, neden tek meşru yönelim olarak anlamlandırılmaya başladığı ve neden diğer tüm yönelimlerin gayrimeşru görüldüğü sorularına verilebilecek ilk peşin cevap, yine bu alıntıda yer alıyor. Foucault’nun bu alıntıda belirttiği gibi, ana babanın yatak odası toplumsal olarak *verimli*ydi ve üstelik *fayda* sağlıyordu.

Burada verimlilikten anlamamız gereken şey *doğurganlık*tır. Heteroseksüel yönelimin sahip olduğu bu doğurganlık özelliği, tarih içinde, onu bu özellikten yoksun diğer yönelimler karşısında avantajlı kılmıştır. Üstelik heteroseksüellik doğurgan olma özelliğinden ötürü, topluma “fayda” da sağlar. Çünkü her şeyden önce, doğurgan olduğu için toplumun varlığını sürdürecektir yeni nesillere hayat verir. Bu sayede toplumla beraber, toplumu kuşatan tüm sosyolojik, ekonomik ve politik yapılar da var olmaya devam eder.

¹⁰⁹ Foucault, s.12

Heteroseksüel çekirdek aile, cinsellik ve üremenin evrensel biyolojik taleplerini karşıladığı için hemen her toplumda desteklenmektedir. Eğer bir toplum, çekirdek aile sınırını aşarsa ya da cinsiyet rollerinin çizdiği sınırları kaldırırsa, o toplumun ya yok olacağına ya da büyük sıkıntılara gireceğine inanılır. Bu sebeple hemen her toplum, heteroseksüel olmayan yönelimlere saldırır. Buna karşılık toplumsal düzenlemelerin çok büyük bir kısmı, üremeyi sağlayan heteroseksüel ilişki biçimini destekleyecek, onu ön plana çıkaracak biçimdedir.¹¹⁰

Heteroseksüel ilişki biçimini destekleyen en temel toplumsal düzenleme muhtemelen toplumsal cinsiyet normlarıdır. Bir önceki başlık altında ele aldığım gibi, toplumsal cinsiyetin yarattığı ikililiğin vardığı nihai nokta, doğurgan heteroseksüel ilişkidir. Çünkü heteroseksüel ilişki, var olan düzeni koruyacak ve sürdürecekt tek ilişki biçimi olarak görülür.

Söz konusu var olan düzenin korunması olunca, devreye ister istemez hâlihazırdaki üretim ilişkilerinin korunması da girer. Bu bakış açısı dikkate alındığında, heteroseksüelliğin, Foucault'nun tabiriyle toplumsal uzamdaki en önemli *foydası*, var olan ekonomik yapıya sağladığı sınırsız / düzenli kaynak olabilir.

Eşcinsel özgürleşme hareketi içindeki isimlerin, heteroseksüel aileye getirdikleri katı eleştiriler, bu noktayı aydınlatır niteliktedir. Dennis Altman, *Homosexual Oppression and Liberation*'da¹¹¹ ve Mario Mieli, *Homosexuality and Liberation*'da¹¹² heteroseksüel çekirdek aileyi, sermayenin emek kaynağı ihtiyacını karşılayan biyolojik üretim fabrikaları olarak görür.¹¹³ Altman'ın ve Mieli'nin bu mantığına göre, sermaye için emek, emek için işçi, işçi içinse işçileri meydana getirecek heteroseksüel aileye ihtiyaç duyulur.

Biyolojik üretim fabrikası olarak heteroseksüel aile, heteroseksüelliğin topluma sağladığı faydayı anlayabilmemiz için önemli bir eğretilerdir. Nitekim heteroseksüel

¹¹⁰ Connell, s.108

¹¹¹ Bkz. Dennis Altman, **Homosexual Oppression and Liberation**, New York: Outerbridge, 1971

¹¹² Bkz. Mario Mieli, **Homosexuality and Liberation**, London: Gey Men's Press, 1980.

¹¹³ Connell, s.64

ailenin doğurganlığı ve doğum oranları, iktidarın uzun zamandır ilgilendiği bir alan olagelmıştır.

Bu durum, akla ister istemez Foucault'nun *Cinselliğin Tarihi*'nde ele aldığı *biyo-iktidar*ı getirir. Foucault'nun *biyo-iktidardan* bahsettiği şey, nüfus planlamasının 18. yy.'dan itibaren devletin ilgi alanına girmesidir. *Biyo-iktidar* sisteminde, yönetimler bireylerin cinsel yaşamlarıyla doğrudan ilgilenmez. Onların ilgilendikleri şey nüfusun plan dâhiline sokulmasıdır. Ama zamanla nüfus planlaması denilen şey, iktidarın, yatak odasıyla ve bedenle ilgilenmesinin bir yolu oluverir.¹¹⁴ Foucault'ya göre *biyo-iktidar*ın başladığı 18. yy.dan itibaren, bedenlerin susturulmasına / boyun eğdirilmesine ve nüfusun korunması ya da artırılmasına yönelik bir yığın teknik geliştirilmiştir.¹¹⁵

Yani *biyo-iktidar*, heteroseksüelliğin merkezîleştirilmesinin ve bu ilişki biçiminin sağladığı biyolojik üretimi planlamanın bir yolu olagelmıştır. Ayrıca *biyo-iktidarın* doğduğu modernizmle birlikte biyolojik yeniden üretim iktidarın temel ilgi ve uğraş alanlarından birine dönüşmüştür.

Heteroseksüel ilişkinin toplumsal uzamdaki verimliliğine ve faydasına dair ele alınması gereken bir diğer nokta ise, cinsiyete dayalı katı iş bölümünün korunmasının ve ataerkinin sürdürülmesinin heteroseksizmle olan ilişkisidir. Bu noktada Marksist feministlerin açıklamaları aydınlatıcı niteliktedir.

Bu feministlerden biri olan Heidi Hartmann'a göre, zorunlu heteroseksüelliğin temeli cinsiyete dayalı katı iş bölümüdür. Hartmann, bilinen tüm toplumlar tarafından paylaşılan bu toplumsal buluşun, kadınlarla erkeklerin ekonomik sebeplerle bir araya gelmelerini zorunlu hale getirdiğine dikkat çeker. Bu zorunlu olarak bir araya geliş sayesinde cinsel ihtiyaçlar heteroseksüel yolla giderilirken, biyolojik yeniden üretimin gerçekleşmesi de garanti altına alınır. Hartmann'a göre, biyolojik yeniden üretimin heteroseksüel yollarla sağlanması, cinsiyete dayalı katı iş bölümünün sürdürülebilmesi için olmazsa olmaz bir kuraldır.¹¹⁶

¹¹⁴ Steven Best & Douglas Kellner, **Postmodern Theory**, New York: The Guilford Press, 1991, ss.49-50

¹¹⁵ Michel Foucault, s.103

¹¹⁶ Hartmann,, s.34

Ayrıca Hartmann'a göre, tekeşli heteroseksüel evlilik, hem kapitalist toplumlarda kadınların tek başlarına geçimlerini sağlayacak üretim kaynaklarına ulaşmalarını engelleyen, hem de kadınların cinselliğini kısıtlayan pratik bir formüldür.¹¹⁷ Bu açıdan bakıldığında heteroseksizm, kadınları üretim süreçleri dışında tutmanın ve onları cinsel olarak kısıtlamanın temelini oluşturur.

Monique Wittig ise heteroseksizm eleştirisinde, heteroseksüel ekonominin varlığını sürdürebilmesi için, kadınların heteroseksüelleştirildiğinden bahseder. Kadınların sömürülebilmesi ve kadın sömürüsünün devam edebilmesi için bu heteroseksüelleştirme gereklidir. Böylece, kadınlar bu heteroseksüel ekonomide hem daimî köleler olarak çalışır; hem de düzenli olarak doğurarak bu ekonomiye yeni üyeler kazandırır; bu sistemin yeniden üretimini ve devamlılığını sağlarlar.¹¹⁸

Ancak heteroseksist düşünce yapısı, tıpkı cinsiyetçi düşünce yapısında olduğu gibi, cinsiyetler arasında ve cinsel yönelimler arasındaki hiyerarşinin politik ve ekonomik olarak yaratıldığını kabul etmez. Kadın / erkek, heteroseksüel / homoseksüel şeklinde yaratılan hiyerarşik zıtlıkların “doğal” olduğunu savunur. Nitekim heteroseksizm büyük oranda bu zıtlıklar üzerinden yapılır.¹¹⁹ Bu zıtlıklar sayesinde heteroseksüellik merkezîleştirilerek, heteroseksüeller ayrıcalık sunulur.

Heteroseksüelliğin merkezîleştirilmesinde / toplumsal uzamda sağladığı verimin ve faydanın iktidar süreçleri tarafından teşvik edilmesinde, modernizm önemli bir dönüm noktasıdır. Her şeyden önce modernizmle birlikte günümüz çekirdek ailesi oluşmuştur. Yine modernizmle birlikte heteroseksüellik dışındaki cinsellikler tıbbileştirilmiş, böylece norma dâhil edilmişlerdir.

Foucault, *Cinselliğin Tarihi*'nde, cinselliğin deliliğinden koparılarak çeşitli bilim ve kurumlarca düzen altına alınmaya başlamasından bahseder. Modernizmin gelişimiyle birlikte, önceden dikkate değer olarak görülmeyen “küçük sapkınlıklar” hukuk tarafından cezalandırılır, cinsel “uygunsuzluklar” akıl hastalığı olarak tanımlanır,

¹¹⁷ Hartmann, s.31

¹¹⁸ Wittig, s.6

¹¹⁹ Bruce Ryder, “**Straight Talk: Male Heterosexual Privilege**”, *Oppresion, Privilege, and Resistance*, edit. Lisa Heldke, Peg O'Connor, New York: McGraw-Hill, 2004, s.370

çocukluktan yaşlılığa cinsel gelişim normları belirlenir, kısacası cinsellik her anlamda kontrol altına alınmaya başlanır.¹²⁰

Örneğin kilise hukuku, medeni hukuk ve Hristiyan öğretisi, bu dönemden önce sadece evli karı – koca arasındaki cinsellikle ilgilenirken, 18.yy.dan itibaren bu disiplinlerin ilgi alanları heteroseksüel çiftin dışına kaymıştır. Normun ilgi alanı heteroseksüel çiftin dışına kayınca, Foucault'nun tabiriyle *kenar cinsellikler* gündeme gelir. *Kenar cinsellikler*, incelemeye alınır, konuşturulur, isimlendirilir, tanımlanır, aralarında kategorileştirmelere gidilir.¹²¹ Dahası tüm cinsellik, önceden hiç olmadığı bir biçimde tıbbileştirilir. Cinsellik tıbbileştirildiği için, *kenar cinsellikler* gibi, norm olan cinsellik biçiminden “sapmalar” bir aksaklık ya da bir hastalık olarak görülmeye başlanır.¹²²

Nitekim bir kavram ve bir kimlik olarak “eşcinsel” 19.yy.daki cinselliğe yönelik bilimsel ilginin sonucunda şekillenerek, günümüzdeki anlamını kazanır. Öncesinde tanımsız olan ve diğer *kenar cinselliklerin* bir parçası olarak görülen eşcinsellik, bu bilimsel ilgi sonucunda tanımı ve sınırları belli olan bir kategoriye dönüşür. Öyle ki bu dönüşümden önce eşcinselliği tanımlayacak, tarafsız / bilimsel bir terim bile yoktur.

Kapitalizm öncesi toplumlarda, günümüzde kullanıldığı anlamda ne bir “eşcinsel” tanımı, ne de bu kimlik bilincine sahip insanlar vardır. Çünkü eşcinsellik, bu dönemde belli bir kategori olarak görülüyordu. Livata / sodomi olarak var olan eşcinsellik, belli bir yönelimi / insan tipini açıklamaktan çok, tüm günahkârların uygulayabileceği bir sapkınlık / bir yoldan çıkmışlıktı.¹²³

Örneğin, 1892 yılında Charles Gilbert Chaddock'un homoseksüelliği İngilizceye kazandırmasından önce, homoseksüellik “cinsel terslik” başlığı altında yer alıyordu. Chaddock'tan önce Alman hukukçu Krafft-Ebing, bu kavramı / kelimeyi icat

¹²⁰ Foucault, ss.34-35

¹²¹ Foucault, ss.35-36

¹²² Foucault, s.40

¹²³ Rupert Padgug, “Cinsel Sorunlar: Cinselliği Tarih İçinde Yeniden Düşünmek”, *Tarihten Gizlenenler*, der. Martha J. Vicinus, Martin Bauml Duberman ve George Chauncey Jr, ç.Serkan Göktaş, Ankara: Phoenix Yayınevi, 2001, s.58

etmiş, Chaddock da, Krafft-Ebing'in çalışmalarından yola çıkarak bu kavramı İngilizceye çevirmiştir.¹²⁴

Yani homoseksüel ya da heteroseksüel davranış evrensel de olsa, bir kimlik ve bilinç olarak modern toplumlar tarafından üretilmiştir. Modernizmle birlikte bugünkü anlamlarını kazanmış; bugünkü isim ve tanımlarına kavuşmuşlardır.¹²⁵

Ancak Judith Butler birçok çalışmasında, isimlendirmenin ve tanım koymanın, yasanın bireyleri kendisine bağlama yollarından biri olduğunu söyler. *Toplumsal Cinsiyet Yanıyor* başlıklı makalesinde, kimliklendirmenin, isimlendirmenin, kişiyi yasanın muhatabı olarak görmede ilk adım olduğunu belirtir. Yasa, bireyi muhatabı olarak görmeye başladığında ise, bireyi sorgulama yetkisine sahip olur. Butler'a göre "ben" algısı, toplumun yasaları, normları sayesinde şekillenir, bir kimlik olur. Kimliklendiği andan itibaren toplumun yasaları karşısında boyun eğer.¹²⁶

Heteroseksüellik dışındaki yönelimlerin ve cinselliklerin; Foucault'nun tabiriyle *kenar cinselliklerin* tanımlanması / kimliklendirilmesi ve böylece yasa dâhiline sokulması modernizmle birlikte başlayan bilimsel ilginin bir sonucudur. Bu bilimsel ilgiyle birlikte, *kenar cinsellikler* öncelikle tanımlanmış, ardından da psikiyatikleştirilerek sapkınlaştırılmıştır. *Kenar cinselliklerin* sapkınlaştırılması Foucault'ya göre 18.yy.dan sonra gelişen, cinselliğe ilişkin özel bilgi ve iktidar tertiplerindeki dört önemli sürecin sonucusudur. Bu süreçlerin ilkinde kadın bedeni bütünüyle cinsellikle bağlandırılmıştır. Ayrıca, tamamen toplumsal bir alana taşınarak, düzenli doğurganlık ve çocuk bakımıyla sorumlu kılınmıştır. / Çocuk cinselliğinin varlığı hem kabul edilmiş, hem de bu cinselliğin çevresinde ebeveynlerden, öğretmenlerden, doktorlardan ve psikologlardan oluşan bir "sorumlular ağı" yaratılmıştır.

¹²⁴ David M. Halperin, "Cinsellikten Önce Seks; Klasik Atina'da Oğlancılık, Politika ve Güç", *Tarihten Gizlenenler*, der. Martha J. Vicinus, Martin Bauml Duberman ve George Chauncey Jr, ç.Serkan Göktaş, Ankara: Phoenix Yayınevi, 2001, ss.37-38

¹²⁵ Padgug, s.59

¹²⁶ Judith Butler, "Toplumsal Cinsiyet Yanıyor: Sahiplenme ve Yıkma Sorunları", ç.Mehmet Morali, *Defter*, sayı.34 (Yaz 1998), ss.123-125

/ Üreme işlevi özendirilmiş; üremeye toplumsal bir işlev kazandırılmıştır. / Son olarak, *kenar cinsellikler* sapkınlaştırılmış, psikiyatikleştirilmiştir.¹²⁷

Nasıl modernizm, Foucault'nun eleştirisinde kerteriz noktasıysa, Deleuze ve Guattari'nin çalışmalarında da bu nokta kapitalizmdir. Deleuze ve Guattari *Anti-Oedipus*'ta feodal dönemlerde despotik bir biçimde yasaklanan, kontrol altında tutulan arzunun, kapitalizmle birlikte tüketim, yasa, devlet ve aile gibi normalleştirici kurumların alanlarına taşınarak ehlileştirildiğini savunur. Böylece arzunun sınırlandırılması, ehlileştirilmesi despotik rejimlere oranla daha etkili bir biçimde gerçekleşmektedir.¹²⁸

John D'Emilio, ücretli iş gücünün yükselişi ve heteroseksüel aşkın arasında bir bağ kurar. Kapitalizm öncesi toplumlarda, tüm üretim ev halkı tarafından karşılanmaktaydı ve çocuk, yeni iş gücü demektir. Bu yüzden doğum oranları çok yüksekti. Ancak ücretli iş gücünün ortaya çıkışıyla birlikte, eskiden kendi tüketeceği buğday için tarlayı süren çiftçi, fabrikada çalışan işçiye dönüştü. Ekmeğini, kıyafetini kendisi üretmez oldu. Böyle olunca, evdeki üretimi gerçekleştirmek için çocukların iş gücüne ihtiyaç kalmadı. Heteroseksüel cinselliği üreme merkezli olmaktan uzaklaştırıldı; aşk bağlamına taşındı. Heteroseksüel aşk kutsandı; heteroseksüel ilişkilere yakınlık kurma, mutluluğun sağlanması ve şehvetin deneyimlenmesi açılarından bakıldı.¹²⁹

Kapitalizmle birlikte geleneksel aile, yerini çekirdek aileye bırakır. Ayrıca, ücretli iş gücüyle birlikte, insanlar ailelerinden uzaklaşmaya ve onları ailelerine bağlayan bağlardan kopmaya başlarlar. Bunun karşılığında heteroseksüel aşk kutsanarak ve heteroseksüel çekirdek aile, sevginin, yakınlığın ve duygusal güvenliğin merkezi / kaynağı haline getirilmiştir. Böylece kapitalist toplum yapısının, bireyleri birbirlerinden kopararak aileyi dağıtması engellenmiş olur.¹³⁰

¹²⁷ Foucault, s.80

¹²⁸ Best & Douglas, s.89

¹²⁹ John D'Emilio, **Making Trouble**, New York: Routledge, 1992, s.7

¹³⁰ D'Emilio, *Making Trouble*, s.11

Ancak daha geniş bir perspektifte modernizm, Foucault'nun *Cinselliğin Tarihi*'nde gösterdiği gibi, heteroseksizmin kurumsallaştırılmasında önemli bir dönüm noktası olmuştur. Yani önceden çoğunlukla tanımsız bir biçimde, dinî dürtülerle ve gelişi güzel eyleme dökülen heteroseksizm, modernizmle birlikte bilime ve yasalara sıçrayarak kurumsal bir işlev kazanmıştır. Ancak bu, heteroseksizmin modernizm öncesinde var olmadığı anlamına gelmez. Nitekim özellikle Avrupa'da modernizmden çok daha önce, gücünü dinden alan heteroseksist yasalar, heteroseksüel olmayanlara öfkeyle yönelir. Heteroseksüel olmayan diğer tüm yönelim ve pratikler korkunç cezalardan nasibini alır.

Modernizm öncesinde, heteroseksüel olmayanlara yönelen heteroseksist nefretin daimî ateşleyicisi din olagelmıştır. Yakın doğudan çıkan tektanrılı dinler, özellikle heteroseksüelliğin doğal ve meşru olarak görülmesinde / gösterilmesinde gerek modernizm öncesinde, gerek modernizmden günümüze her zaman etkili olmuştur.

Dolayısıyla, heteroseksüel yönelimin merkezileştirilmesinde ve diğer tüm yönelimlerin toplum dışına itilmesinde, din her zaman için önemli bir güce sahip olmuştur. Ancak heteroseksizmin kırılmasında, hatta hiç var olmamasında da yine din kilit öneme sahiptir. Nitekim kimi dinlerde, heteroseksüelliğe herhangi bir önem ve ayrıcalık atfedilmez.

Eğer bir din, cinsel çeşitliliğe dair spesifik açıklamalara sahipse, cinsel azınlıkları ritüellere dahil ediyorsa, kişisel aydınlanma / kendini gerçekleştirme gibi konularda farklı yolların takip edilebileceğini kabul ediyorsa ya da cinsel azınlıkların “doğalarını” reddedemeyecekleri fikrine sahipse; o dinin geçerli olduğu toplumlarda heteroseksizme rastlanmaz. Üstelik cinsel çeşitlilik ve farklılıklar bu tarz toplumlarda, çoğu kez ön plana çıkarılır, hatta kutsanır. Çünkü bu tarz farklılıkların toplumu zenginleştirdiğine inanılır. Bu toplumlarda cinsel çeşitliliğin, gelenek ve inançlarda önemli karşılıkları vardır ve eğer bu çeşitlilik ortadan kalkarsa, toplumun büyük zarar göreceğine inanılır.¹³¹

¹³¹ Walter L. Williams, “**Multicultural Perspectives on Reducing Heterosexism: Looking for Strategies That Work**”, *Overcoming Heterosexism and Homophobia*, edit. James T. Sears ve Walter L. Williams, New York: Columbia University Press, 1997, s.78

Amerikan Yerlileri, bu tip toplumlar arasındadır. Toplumsal cinsiyet yapılanmaları katı değildir; dolayısıyla toplumsal cinsiyet kimlikleri arasındaki geçişler hor görülmez. Bir kadın dilediği gibi toplumsal erkek kimliğini benimseyebilir, ava çıkabilir ya da savaşçı olabilir. Benzer bir biçimde bir erkeğin, toplumsal kadın kimliğini benimsemesi, sorun olarak görülmez. Üstelik hemcinsler arasındaki ilişkiler de bir aksaklık ya da sorun değildir.¹³²

Ancak Avrupa kaynaklı heteroseksizm, sömürgeleşme hareketleriyle birlikte dünyanın dört bir yanına yayılmıştır. Nitekim keşfedilen yeni kıtalara giden öncü göçmenler, heteroseksüellik dışındaki yönelimlerin ve kimliklerin Avrupa'dan farklı olarak, o toplumlar tarafından doğal karşılandığını gördüklerinde dehşete kapılmışlardır. Çok kısa bir süre içinde, başta eşcinsellik ve transseksüellik olmak üzere diğer tüm cinsel farklılıkların ortadan kaldırılması için mücadele etmeye başlamışlardır.

Heteroseksizmin keşfedilen yeni kıtalara yayılması konusuna, bir sonraki bölümde tekrar döneceğim. Ama şu aşamada, Japonya'da yaşanan değişimin, Foucault'nun *biyo-iktidar* kavramı ile heteroseksizm arasındaki ilişkiyi aydınlatmada iyi bir örnek olacağı kanısındayım. Ayrıca Japonya örneği, modernizm ve heteroseksizm arasındaki bağa da ışık tutar niteliktedir.

Modernizm öncesindeki Japonya'da hemcinsler arası ilişkiler, toplum tarafından kabul görülmekteydi. Japonya'daki eşcinsellik ya da biseksüellik, Antik Yunan'dakine benziyordu. Yetişkin erkeklerin, genç erkeklerle birlikte olması, erkek cinselliğinin doğal bir parçası olarak görülüyordu. Yetişkin erkekler hem genç erkeklerle hem de kadınlarla birlikte oluyorlardı. Sadece kadınlarla birlikte olmak ya da sadece erkeklerle birlikte olmak, cinselliği kısıtladığı için ise tuhaf karşılanıyordu.¹³³

Yine bu dönemde, doğum kontrol ve çocuk düşürme yöntemleri de yaygın bir biçimde kullanılıyordu. Bu toplumsal kabulün ardında yatan sebeplerden biri, Japonya'nın o dönemdeki istenmeyen hızlı nüfus artışı olabilir. Ancak endüstrileşmeyle

¹³² Williams, s.77

¹³³ Paul Gordon Schalow, “**Modern Japonya’nın İlk Dönemlerinde Erkek Aşkı: ‘Gençlik’in Edebi Bir Anlatımı**”, *Tarihten Gizlenenler*, der. Martha J. Vicinus, Martin Bauml Duberman ve George Chauncey Jr, ç.Serkan Göktaş, Ankara: Phoenix Yayınevi, 2001, s.119

birlikte kol emeğine, dolayısıyla nüfus artışına ihtiyaç duyulunca, bu cinsel çeşitliliğin kabul gördüğü ortam, hızla değişmeye başladı. 20.yy.ın başından itibaren doğurgan olmayan her türlü cinsellik biçimine yönelik önyargı ve baskı ortamı hızla yaygınlaşmıştır. Bunda II. Dünya Savaşı'ndan sonraki hızlı nüfus azalışı ve batılı değerlerin benimsenmesi etkili olmuştur.¹³⁴

Heteroseksizmi anlamamızda, Foucault'nun dışındaki öncü isimlerden biri de Monique Wittig'tir. Wittig'in heteroseksizme karşı duruşu, her şeyden önce kadın var oluşuyla ilgilidir. Wittig'e göre heteroseksizm, kadınların sömürüldüğü toplumsal yapının bir garantisidir. Bu yapıda, cinsiyetler adeta sınıf mantığıyla hiyerarşiye sokulmuştur. Söz konusu hiyerarşik sınıflı toplumda, kadınlar ezilen / sömürülen sınıfı oluştururlar. Bu sömürü sisteminin ortadan kalkabilmesi için, kadınların erkeklerden kopması, uzaklaşması; onu erkeklere bağlayan her türlü heteroseksüel yapı ve düzenleme dâhilinde yer almayı reddetmesi gerekmektedir.

Monique Wittig, *On The Social Contract* başlıklı makalesinde, Rousseau'nun *toplum sözleşmesini* dönüştürerek *heteroseksüel toplum sözleşmesi* olarak okur. *Toplum sözleşmesinde*, birey ve toplum arasındaki sözleşmeden bahsedilir. Rousseau'ya göre bu sözleşme gereklidir, çünkü her şeyden önce birey, kendini var edebilmek için topluma ihtiyaç duyar. Kendini var edebilmek için / toplumun bir parçası olabilmek içinse, toplumun gerçekliklerini / şartlarını kabul etmek durumundadır. Böylelikle toplum içinde doğar, büyür, yaşamını sürdürür, çalışır, evlenip çoğalır... Toplumla birey arasındaki bu sözleşme, Wittig'in belirttiği gibi, aynı zamanda bir heteroseksüellik sözleşmesidir. Birey, toplum içinde var olmak istiyorsa, zorunlu heteroseksüelliği kabul etmelidir. Ancak bu şekilde toplumun sağladığı faydalardan pay alabilir. Toplumun sağladığı nimetlerden yararlanmak için, birey gerçekte heteroseksüel olmasa bile, heteroseksüelliği performe etmek zorundadır.¹³⁵ Bu toplumsal iktidardan / güçten pay alabilmek için bir zorunluluktur. Çünkü, toplumsal gücün sunduğu ayrıcalıklar sadece

¹³⁴ Williams, s.83

¹³⁵ Wittig, s.40

heteroseksüel olanlara¹³⁶ ya da heteroseksüel olmasa da heteroseksüelliği performe edenlere açıktır.

Wittig, heteroseksüel olmayı ya da bunu performe etmeyi reddetmenin, aynı zamanda “kadın” ya da “erkek” olmayı reddetmek anlamına da geldiğini söyler. Wittig’in ünlü “lezbiyenler kadın değildir,” sözünü bu bağlamda okumak gerek. Her şeyden önce “kadın”, erkekler tarafından üretilmiş ekonomik, politik ve ideolojik kurgunun bir parçasıdır ve kadınlar, bu kurguda kendileri için atfedilen kadınlığı reddederek, sömürü ilişkilerinden de kurtulmuş olurlar. Lezbiyenler, “kadın” olmayı reddettikleri için, bütün bu kurguya karşı çıkmışlardır. Ancak bu, lezbiyenlerin “erkek” olacakları anlamına gelmez. Wittig’e göre, lezbiyenler ne kadın ne erkek olmalı, apayrı, yenilikçi bir kimlik geliştirmelidirler.¹³⁷

Suzanne Pharr, *Homophobia: A Weapon of Sexism*’de bir lezbiyenin çizgiyi / sınırı aşarak, ekonomik ve cinsel olarak erkeğe bağımlı kurgulanan kadın rolünden uzaklaştığını söyler. Lezbiyenler, bir kadının bir erkek olmadan da hayatta kalabileceğini gösterirler. Bu yüzden alışılmışın / kabul görenin dışındadırlar. Varlıkları bu yüzden ataerkiye ve çekirdek aileye bir tehdit olarak görülür.¹³⁸

Benzer bir biçimde Cheryl Clarke, *Lesbianism: An Act of Resistance*’ta Kuzey Amerika’daki gibi, kapitalist, erkek egemen, kadın düşmanı, ırkçı, emperyalist ve heteroseksist kültürlerde, lezbiyen olmanın “reddetmek” anlamına geldiğini söyler. Lezbiyen olmak, kadını bu kültürel yapılara bağlayan zorunlu heteroseksüellikten çıkmak demektir. Kadın, zorunlu heteroseksüelliği reddederek, onu egemenin kölesi / cariyesi yapan zorunluluklardan da kurtulmuş olur.¹³⁹

Monique Wittig’in dikkat çektiği bir diğer önemli nokta ise, heteroseksizmin tüm toplumsal yapıya nasıl yayıldığı, bir diğer ifadeyle, tüm toplumsal yapının nasıl

¹³⁶ Gust A. Yep, “**Changing Homophobic and Heterosexist Attitudes: An Overview of Persuasive Approaches**”, *Overcoming Heterosexism and Homophobia*, edit. James T. Sears, Walter L. Williams, New York: Columbia University Press, 1997, s.60

¹³⁷ Wittig, s.13

¹³⁸ Suzanne Pharr, “**Homophobia: A Weapon of Sexism**”, *Oppression, Privilege, and Resistance*, edit. Lisa Heldke, Peg O’Connor, New York: McGraw-Hill, 2004, s.269

¹³⁹ Cheryl Clarke, “**Lesbianism: An Act of Resistance**”, *Oppression, Privilege, and Resistance*, edit. Lisa Heldke, Peg O’Connor, New York: McGraw-Hill, 2004, s.635

heteroseksist bir mantıkla kurgulandığıdır. Bunu en açık biçimde *The Straight Mind** başlıklı makalesinde anlatır. Bu makalede, tüm bilimlerin heteroseksüel erkeklerin gözüyle kurgulandığını belirtir. Bu bilimlerin geliştirdikleri kadın, cinsiyet farklılıkları, bilinç, tutku, kültür gibi kavramlar, heteroseksüel erkeklerin ataerkil ve heteroseksist düşünce yapılarına uygun bir biçimde kurgulanmıştır. Heteroseksüel mantığın egemen olduğu bu bilimler sayesinde geliştirilen kavramlar / şekillendirilen teoriler, çağlar boyunca kabul edilmiş ve kültür üzerinde büyük etkilere sebep olmuştur. Dahası, bu bilimlerin ürettikleri heteroseksist söylem, tabulara dönüşmüştür. Hâlbuki Wittig, heteroseksüel mantığın egemen olduğu bu bilimlerin hiçbir zaman tarafsız olamadığını söyler.¹⁴⁰

Nitekim çoğu bilim dalının geçmişine bakıldığında, heteroseksüellik dışındaki yönelimlerin ya görmezden gelindiğini ya da yok edilmeye çalışıldığını görürüz. Örneğin eşcinsellik doğal sayılmadığı / doğaya aykırı görüldüğü için, biyologlar uzun bir süre doğadaki eşcinselliği ya görmezden geldiler, ya da göremediler. Görseler bile, birçok disiplinde olduğu gibi biyolojide de hâkim olan, Wittig'in "straight mind" olarak ifade ettiği heteroseksüel mantıktan dolayı, gördükleri şeyleri anlamlandıramadılar. Hâlbuki son dönemlerde yapılan araştırmalar sayesinde, 450 kuş ve memeli türünde eşcinselliğin varlığı kanıtlanmıştır.¹⁴¹

18. / 19. yy.dan itibaren cinselliğe yönelik bilimsel ilgi artınca, eşcinsellik çeşitli araştırmaların konusu olmaya başladı. Bu araştırmaların hepsi, doğal olanın / olması gerekenin heteroseksüellik olduğu kabulüyle hareket ediyor ve bu sapkınlığın neden ortaya çıktığını açıklamaya çalışıyordu. Örneğin 20. yy.ın ortalarında psikologlarca kabul gören en popüler kuramlardan biri, *baştan çıkarma kuramı*ydı. Bu kurama göre, herkes heteroseksüel olarak doğmaktaydı ama çocuklukta yaşanan ilk cinsel temaslar, kimilerinin eşcinsel olmasına sebep oluyordu. *Aile dinamikleri* olarak başlıklandırılabilir kuramlar ise, meseleye çocuğun anne, babasıyla olan ilişkisi temelinden bakıyor; Freud'un çalışmalarını kaynak olarak kullanıyordu. Bir başka

* "Straight Mind", birebir çevrildiğinde "Düz Mantık" anlamına gelir. Ancak *straight*, konuşma dilinde heteroseksüeller için kullanılan bir tanımdır. Wittig de söz konusu kelimeyi bu anlamla kullanır.

¹⁴⁰ Wittig, ss.-21-32

¹⁴¹ Vanessa Baird, **Cinsel Çeşitlilik**, ç. Hayrullah Doğan, İstanbul: Metis Yayınları, 2004, s.98

kuram ise *toplumsal cinsiyet tutarlılığını* temel olarak alıyordu. Buna göre, kişi tutarlı bir toplumsal cinsiyet kimliği geliştirebilirse heteroseksüel oluyordu.¹⁴²

Tabii ki bütün bu kuramların vardığı sonuç, heteroseksüellik dışındaki yönelimlerin tedavi edilebileceğiydi. Nitekim 19.yy.dan bu yana, doktorlar eşcinselleri tedavi edebilmek için birbirinden farklı ve bir o kadar korkunç yöntemler uyguladılar. Kimi doktorlar, erkek eşcinsellerin cinsel dürtülerini yok edebilmek için testislerinin alınması gerektiğini savundu. Kimileri, kur yapma ve evlenme fırsatı verildiğinde “sapkınların” heteroseksüel olabileceğini ileri sürerek evlilik terapileri uyguladı. ABD’li doktor John D. Quackenbos, eşcinselleri heteroseksüel yapmak için hipnoz yöntemini kullandı. 20.yy.ın ilk yarısında uygulanan tiksindirme tedavisinde ise, elektroşok kullanılarak eşcinsel uyarılma cezalandırılıyor, heteroseksüel uyarılma ödüllendiriliyordu. ABD’de 1950’li yıllara kadar uygulanmaya devam eden lobotomi tedavisinde ise, beynin ön tarafındaki sinirler kesilerek, eşcinsel dürtüler yok ediliyordu. Ancak bu “tedavi”, sinirlere zarar verdiği için, çoğu cinsel ve duygusal tepkileri de ortadan kaldırıyor.¹⁴³

Bu uygulanan yöntemlerin bilim dışılığı artık kabul edilmiş olsa da, heteroseksüelliğin doğal yönelim olduğu ve diğerk tüm yönelimlerin bu doğal olandan / doğadan sapmış olduğu kabulü halen yaygın bir biçimde varlığını sürdürür. Çoğu kez asıl / öz / temel olanın heteroseksüellik olduğu ve eşcinselliğin sapmış / yapay ve bu özün taklidi olduğu düşünülür. Ancak Judith Butler’ın taklit ve performans teorisi, aslında ne heteroseksüelliğin ne de diğerk yönelimlerin doğal ya da öz olduğunu gösterir. Bu teoriye göre, tüm yönelimler birer performanstır, bu anlamda hepsi yapaydır. Eşcinsellik ise, bu durumu açığa çıkarma potansiyelini içinde barındırır.

Butler, genelde heteroseksüel ilişkilerin “kötü” birer “kopyası” olarak algılanan *femme** ve *butch*• rollerinin, aslında heteroseksüelliğin kopyası olmadığını, bize heteroseksüel matristeki erkekliğin ve kadınlığın nasıl perforce edilebileceğini gösteren birer performans olduğunu söyler. Nitekim öz / orijinal olarak kabul edilen

¹⁴² Baird, ss.100–101

¹⁴³ Baird, s.103

* “Kadınısı” lezbiyen.

• “Erkeksi” lezbiyen.

heteroseksüel kadınlık ve erkeklik de birer performanstan ibarettir.¹⁴⁴ *Femmeler*, *butch*'lar ya da *drag*'ler^o nasıl cinsiyet rollerini performe ediyor ve bu rollerin parodisini yapıyorsa, aynı biçimde toplumsal / heteroseksüel kadınlık ve erkeklik de performe edilir. Heteroseksüel kadınlığın / erkekliğin orijinal olduğu ve diğerlerinin bu orijinali kopya ettiği düşünülebilir, ancak her ikisi de bir asıldan / özden yoksundur. Ancak buna rağmen kimilerinin performansı kabul edilebilir / gerçek görülürken, kimilerinininki kabul edilemez / sahte görülür.¹⁴⁵

Taklit ve Toplumsal Cinsiyet'e Karşı Durma başlıklı çalışmada ise, asıl / öz / temel olarak görülen heteroseksüelliğin, kendini var edebilmek için kopyası olarak görülen homoseksüelliğe duyduğu ihtiyaçtan bahseder Butler.

“Asıl, kendini bir asıl olarak olumlamak için türevlerine ihtiyaç duyar, zira asıllar ancak, türevleri olarak doğdukları şeyden esastan farklılaşmış olmaları ölçüsünde bir anlam taşırlar. Bu sebeple, kopya olarak homoseksüellik kavramı olmasaydı, asıl olarak heteroseksüellik kurgusu da olmazdı. (...) Şayet kopya olarak homoseksüellik, asıl olarak heteroseksüellikten önce geliyorsa, o zaman kopyanın aslından önce geldiğini, şöyle ki homoseksüelliğin asıl, heteroseksüelliğin kopya olduğunu teslim etmek oldukça akla yatkın görünmektedir.”¹⁴⁶

Nitekim daha önce de ele aldığım gibi, homoseksüellik kavramı ve bu kavramın içeriği, modernizmdaki bilimsel ilgi sonucunda ortaya çıkmıştı. Heteroseksüelliğin tanımlanması ve bir kavram olarak içinin doldurulması ise homoseksüelliğin tanımlanmasından çok sonraya denk düşer.¹⁴⁷ Yani öncelikle öteki olan yönelim tanımlanmış ve ardından bu ötekiye göre meşru olarak görülenin tanımlanmasına ihtiyaç duyulmuştur. Heteroseksüellik, kendini ancak homoseksüellik tanımlandıktan sonra fark etmiştir. Bu durumda Butler'ın yukarıdaki alıntısında gösterdiği gibi, tarihsel olarak homoseksüellik, heteroseksüellikten önce sahneye çıkıyorsa, heteroseksüellik bir yönelim kimliği olarak homoseksüelliği taklit etmiştir.

¹⁴⁴ Butler, *Undoing Gender*, s.209

^o “Drag”, gösteri dünyasında karşı cinsin kıyafetlerini giyinerek şov yapan kişilere denmektedir. Kadın kıyafetleri giyenlere “drag queen” denirken, erkek kıyafetleri giyinenlere “drag king” denir.

¹⁴⁵ Butler, *Undoing Gender*, ss.213–216

¹⁴⁶ Judith Butler, *Taklit ve Toplumsal Cinsiyete Karşı Durma*, ç. Osman Akınhay, İstanbul: Agora Kitaplığı, 2007, ss.26–27

¹⁴⁷ Halperin, s.39

Eğer illa bir taklitten bahsetmek gerekiyorsa, bu durumda homoseksüellik değil, heteroseksüellik taklittir.

Bir asıl / temel / öz / orijinal kurgusuna, anlamlandırılmasına sahip yönelim olarak heteroseksüelliğin, bu kurguyu / anlamı var edebilmesi için homoseksüelliğe ihtiyaç duyması, heteroseksüelliğin bu kurgusunun krizde olduğunu gösterir. Eğer pürüzsüz bir heteroseksüel kimlik yaratmanın yolu, bu anlamda bir tekrarsa, yani kendisinin “kopya edilmesi” ise, heteroseksüel kimlik risk altındadır. Çünkü tekrar ortadan kalktığında / heteroseksüellik, homoseksüel kimlik sayesinde kendini tekrar etmeyi başaramadığında, heteroseksüel kimliğin “pürüzsüzlüğü”, “tek biçimliliği” de ortadan kalkabilir.¹⁴⁸ Sözün kısası, heteroseksüel kimlik bilinci, varlığını homoseksüel kimlik bilincine borçludur. Eğer bir kimlik olarak homoseksüellik ortadan kalkarsa, heteroseksüel kimliğin varlığı da ortadan kalkar.

Temelde cinsellik, toplumsal bir kurgudur. Toplumsal / kültürel olarak anlam kazanmıştır. Bir başka ifadeyle tıpkı cinsiyet rollerimiz gibi, cinselliğimiz de toplumsallaştırılmış ve toplumsallaşma süreçlerinde bugünkü anlamlarını kazanmıştır. Robert Padgug, *Cinsel Sorunlar: Cinselliği Tarih İçinde Yeniden Düşünmek*’te cinsellik toplumsal bir kurguya sahip olduğu için, ona biyolojik bir öz getirme çalışmalarını yersiz bulur. Biyoloji, insan cinselliğini az ya da çok etkilese de, bu etki diğer hayvanlarda olduğu gibi bir öz oluşturacak şekilde kuvvetli değildir. İnsan cinselliği biyolojik değildir, toplumsaldır. Dolayısıyla heteroseksüelliği, doğal olan yönelim şeklinde anlamlandırmak mantık dışıdır Padgug’a göre. Benzer bir biçimde, üremeyi de insan cinselliğinin merkezine taşımak yersizdir.¹⁴⁹

Ancak üreme fikri, çağlar boyunca heteroseksüelliğin doğal olduğu, diğer yönelimlerin ise doğaya aykırı olduğu kabullünü ateşlemiştir. Heteroseksüelliğin doğurganlık özelliği, heteroseksizmin desteklenmesinde en temel delillerden biri haline getirilmiştir. Heteroseksizm -tıpkı cinsiyetler arası eşitsizliği savunan cinsiyetçi sistemlerde olduğu gibi-, heteroseksüellerin ayrıcalıklı konumunu savunurken,

¹⁴⁸ Butler, *Taklit ve Toplumsal Cinsiyete Karşı Durma*, s.33

¹⁴⁹ Padgug, s.55

heteroseksüelliğin doğal ve biyolojik olduğu tezini öne sürer. Bu düşüncenin ortaya attığı en büyük kanıt ise, doğurganlıktır. Bu yolla heteroseksizm mantıklaştırılır.¹⁵⁰

Heteroseksüelliğe, doğurganlıktan kaynaklanan doğallık ve meşruiyet getirme çalışmalarıyla mücadele, yönelimlerin şu anda sahip oldukları anlamlarını değiştireceği gibi, Butler'ın tabiriyle insanlığın sınırlarını da genişletecektir.

Tekrar Judith Butler'a döndüğümüzde, yönelimlerin şu anda var olan anlamlarının değiştirilmesinin / bozulmasının ve yeni / adil anlamların yüklenmesinin, insanlığa ne gibi yansımalarının olacağını görürüz.

Butler'ın belirttiği gibi, Spinoza, insanın en temel isteğinin kendini var edebilmek ya da kendisi olarak kalabilmek olduğunu söyler. Hegel ise, insanlığın temel arzusunun kabul görme arzusu olduğunu söylerken, Spinoza'nın düşüncesini pekiştirmektedir. Butler, her iki düşüncenin temelinde olan şeye; varoluş kaderimizin başkalarının elinde olduğu fikrine dikkat çeker. Başkalarından kasıt, sosyal yapıdır / yasalardır / kurallardır. Birey, bu normlar tarafından kabul gördüğü / tanındığı ölçüde var olur. Dolayısıyla kimin insan olduğu ya da kimin yaşamının değerli olduğu sorusunun yanıtı, burada yatar. Bu normlar tarafından kabul görenler insanlığın sınırları dâhiline sokulurken, normların dışında kalanlar insanlığın sınırları dışına itilirler. Neyse ki normlar değişmektedir. Normlar değiştikçe, insanlığın sınırları da tekrar çiziliyor. Hangi yaşamların değerli, hangi ölümlerin üzülmeye değer olduğu, bu değişimler birlikte tekrar tekrar belirlenip duruyor.¹⁵¹

İnsan hakları mücadelesi, heteroseksizm gibi baskıcı ve yok edici ideolojilerin sorgulanması adına önemlidir. Böylece, heteroseksizm yüzünden sürekli şiddete ve dışlanmaya maruz kalan cinsel azınlıkların haklarının korunması yasa tarafından garanti altına alınmış olur.

Ancak heteroseksizm, çok uzun bir sorgulanmasına rağmen hâlâ varlığını sürdürmeyi başarmaktadır. Üstelik diğer ötekileştirici ideolojilerle karşılaştırıldığında, insanlar üzerindeki etkisi, kuvvetini hâlâ büyük oranda korur. Heteroseksizmin

¹⁵⁰ Ryder, s.375

¹⁵¹ Butler, *Undoing Gender*, ss.31–32

sürmesindeki dinamikleri anlamamız adına psikoloji ve kişilerarası iletişim alanlarındaki araştırmacıların belirlediği beş temel işlev önemlidir.¹⁵²

Bu işlevlerden biri *bilgi*dir. Heteroseksist tutumlar, çoğu insan için bilginin güvenli sularında yüzmeye garantisi verir. Toplum tarafından meşru olarak görülen tek yönelim biçimi olan heteroseksüelliğe ve heteroseksüel ilişkilerin doğasına dair her şey, herkes tarafından bilinir. Bu yönelime ve bu tarz ilişkilere dair her şey, çocukluktan itibaren “güvenli” bir biçimde öğrenilir. Bu yönelim biçimi, herkes tarafından bilinen ve kabul edilen yönelim biçimi olduğu için, bu yönelime dair her şey inan bilincinde güven duygusunu doğurur. Oysaki diğer yönelimler dair bilgisizlik ve bu bilgisizlikle yüzleşme korkusu, insanları bu yönelimlerle karşılaşmaktan çekinmeye yöneltir. Dolayısıyla hakkında az şey ya da hiçbir şey bilmedikleri cinsel azınlıklardan uzak durmak isterler.

Yarar sağlama isteği ise, heteroseksizmi sürdüren bir diğer işlevdir. İnsanlar toplum tarafından kabul görülen tutumları benimsediklerinde ödüllendirileceklerini bilirler. Tam tersinde ise cezalandırılacaklarını... Ödüllendirilmek, yani herkes tarafından kabul görmek, böylece toplum içinde var olabilmek, hatta yüксеlebilmek isteği, heteroseksist tutumların benimsenmesine sebep olur. Bu bize ister istemez Monique Wittig’in *heteroseksüel toplumsal sözleşmesini* ve Butler’ın toplum içinde kabul görme isteğine dair söylediklerini hatırlatır.

Heteroseksizmin aynı zamanda *toplumla uyumlu olma* işlevi vardır. Kişi çevresindeki insanlardan kopmamak, bu insanları yitirmemek için, onların düşüncelerini benimsemek zorunda kalabilir. Böylece onlarla kurduğu iletişim varlığını sorunsuz bir biçimde sürdürür.

Ego savunma işlevi sayesinde, kişi kendini istenmeyen bilgilerden ya da yaklaşmalardan korur. Yani kişi bu savunma isteğiyle, kişi kendini homoerotik olabilecek yaklaşmalardan ve temaslardan korur.

¹⁵² Yep, s.52

Heteroseksizmin bir diğ er önemli işlevi ise, *değ erleri dışa vurabilmedir*. Heteroseksist tutumlar, genelde herhangi bir kaygı duyulmadan dile getirilebilir, görünür kılınır. Oysaki alternatif tutumların dışa vurulması tartışmalara / çatışmalara sebep olabilir. Bundan çekinmek isteği, kişiyi ana-akım düşünceleri benimsemeye yöneltebilir.

Nihayetinde kişi, heteroseksizmi toplumsallaşma süreçleriyle öğrenir. İnsanlar heteroseksist olarak dünyaya gelmezler. Ya amları boyunca çevrelerinden duydukları, çevrelerinde gördükleri ve edindikleri deneyimler onları heteroseksizme yöneltir.

Heteroseksizm zarar verici bir ideolojidir. Heteroseksizm dışındaki yönelimlerin ve kimliklerin dı lanmasına ve toplum tarafından kabul görmemesine sebep olur. Örneğin ana-akım medyada eşcinsel karakterlerin ya da konuların yer almaması, heteroseksüel yaşamın tercih edilir ve esilmesi gereken yaşam biçimi olduğu kabul , eşcinsellerin evlenmeyeceği / evlenmemeleri gerektiği ya da  ocuk sahip olamayacakları / olmamaları gerektiği düşüncesi, e cinselliği sadece HIV / AIDS bağlamında ele almak ve eşcinsellerin tutuklanması yaygın heteroseksist tutumlardır. Bu tarz tutumları, heteroseksüel olmayanların mahkemelerden eğitim kurumlarına kadar dı lanmalarına sebep olan *kültürel heteroseksizm* ve kişinin homofobik düşünce yapısını günlük yaşama önyargılar olarak yansıttığı *psikolojik heteroseksizm* olarak ikiye ayırmak mümkündür.¹⁵³

Bir sonraki bölümde *kültürel* ve *psikolojik heteroseksizm* tarih boyunca heteroseksist öfkenin ve nefretin heteroseksüel olmayanlara ne şekillerde yöneldiğini özetlemeye çalışacağım. Hâlâ canlılığını koruyan heteroseksist nefretin, d nden bugüne yolculuğunu anlatacağım.

¹⁵³ James T. Sears, “Thinking Critically / Intervening Effectively about Heterosexism and Homophobia: A Twenty Five-Year Research Retrospective”, *Overcoming Heterosexism and Homophobia*, edit. James T. Sears, Walter L. Williams, New York: Columbia University Press, 1997, s.16

3.2. HETEROSEKSİST NEFRET VE TARİHSEL YOLCULUĞU

Heteroseksist nefret, gerek siviller tarafından, gerek devlet eliyle tarih boyunca heteroseksüel olmayanlara yönelmiş ve büyük yıkımlara sebep olmuştur. Bu nefret günümüzde de varlığını sürdürdüğü için, ne geçmişte, ne de bugün yaşananlar / çekilen acılar dikkate alınmıştır. Hatta çoğu kez, heteroseksüel olmayanlara yönelen yıpratıcı ve yok edici davranışlar haklı görülmüştür.

Heteroseksüel olmayanlara yönelik nefret, bu nefretten muzdarip olan yönelimler dikkate alınarak, özellikle adlarla nitelendirilebilir. Bu adlardan en bilineni muhtemelen *homofobidir*. Homoseksüel olanlara yönelik öfkeyi ve nefreti ifade eden homofobiye ilk kullanan ve bu kavramı popüler hale getiren isimlerden biri olan George Weinberg’in kavramla ilgili tanımı, “Eşcinsellerle yakın temas halinde olmaktan duyulan korku, eşcinsellere yönelik tikslenme ve çoğunlukla onları cezalandırma isteği,” şeklindeydi.¹⁵⁴

Bu tanım, Weinberg’in 1972 yılında yayınlanan *Society and the Healthy Homosexuality* kitabında yer almıştı. Daha sonra bu kavramı Mark Freedman, “Eşcinsellere karşı aşırı bir öfke ve korku,” şeklinde tanımlamıştı. Audre Lorde ise 1978 yılında, homofobiye daha derin bir yaklaşım getirmişti. Lorde’a göre homofobi, “kişinin kendi cinsinden birine karşı duyduğu aşktan korkması ve bu yüzden başkalarında bu duyguyu gördüğünde nefretle karşılaşması”ydı.¹⁵⁵

Heteroseksist nefret büyük oranda heteroseksüel erkekler tarafından eyleme dökülür. Timothy Beneke’nin *Homophobia*’da belirttiği gibi, nefretin eyleme daha çok heteroseksüel erkekler tarafından dökülmesi; cinsel azınlıkların, özellikle de eşcinsel erkeklerin, erkeksiliğe / heteroseksüelliğe bir tehdit olarak algılanmasından kaynaklanıyor olabilir. Ancak “doğal” olduğu düşünülen heteroseksüelliğin ve toplumsal cinsiyet rollerinin (bu örnekte maskülenliğin), böylesine “doğaya aykırı”, “eksik” algılanan eşcinsellik tarafından tehdit ediliyor oluşu ilginçtir. Eğer doğal olan

¹⁵⁴ Akt. Sears, s.15

¹⁵⁵ Akt. Baird, s.54

heteroseksüellikse / erkeksilikse, o zaman heteroseksüel olmayanlardan duyulan bu korku / bu nefret, akla ne kadar yatkın?¹⁵⁶

Beneke, bu noktada psikanalize başvurur ve anneleri tarafından yetiştirilen erkek çocukların, hayatlarının ilk yıllarında kendilerini anneleriyle özdeşleştirdiğini belirtir. Oedipus kompleksi öncesindeki bu dönemde, çocuk anneyi varlığının bir parçası olarak algılar. Ancak bir müddet sonra, anneden koparak babayı örnek alması, onunla özdeşleşmesi gerekir. Bu sayede, onun için yeni ve yabancı olan toplumsal erkekliği öğrenir. Ancak bu geçiş hiçbir zaman başarılı olamaz. Başarılı olamadığı için “erkeklik”, erkek için hayatı boyunca bir hassas nokta ve sorun kaynağı olur.¹⁵⁷ Ayrıca pre-ödüpal dönemde erkek çocuk, annesiyle özdeşleşerek dünyayı annesinin gözüyle görürken, bir bakıma babasını da annesinin gözünden görür. Ona karşı korku, hayranlık, dehşet ve tutku duyar. Heteroseksist nefretin kaynağını bu özdeşleşmede görmek mümkündür. Erkek çocuk, pre-ödüpal dönemde babasına duyduğu ilgiyi, oedipus süreciyle birlikte bastırmak zorundadır. Bu ilgiyi bastırarak, babayla özdeşleşmeyi öğrenmesi gerekir. Böylece anneye ait olan ve anneye kurduğu pre-ödüpal ilişkiyi çağrıştıracak her türlü feminenlikten uzak durması gerekecektir. Eşcinsel erkeklerden ve erkeklerdeki kadınsılıktan duyduğu korku ve nefretin sebebi, anneye kurduğu bu “sorunlu” ilişkiyi ve babasına duyduğu ilgiyi çağrıştırmasıdır.¹⁵⁸

Weinberg’in homofobinin kaynağı olarak belirlediği güdüler, hem homofobi, hem de homofobinin kaynağını anlamamızda bize yardımcı olabilir. Weinberg’e göre homofobi, dinden, bastırılmış kıskançlıktan / çekememezlikten, eşcinsel olma korkusundan, eşcinsellerin var olan değerlere bir tehdit olarak algılanmasından ve soyun devam etmesini engelleyen unsurlar olarak görülmesinden kaynaklanır.¹⁵⁹

Byrne Fone ise homofobinin iki kaynağı olabileceğini söyler. Bunlardan biri, eşcinsellerin toplumsal cinsiyet ve cinselliği düzenleyen “doğal” yasaya karşı çıkarak

¹⁵⁶ Timothy Beneke, “**Homophobia**”, *Oppression, Privilege, and Resistance*, edit. Lisa Heldke, Peg O’Connor, New York: McGraw-Hill, 2004, s. 224

¹⁵⁷ Beneke, s.225

¹⁵⁸ Beneke, s.227

¹⁵⁹ Akt. Sears, s.17

bu düzeni bozacakları korkusudur. Bir diğeri ise, eşcinselliğin ahlakî, politik, dinî, yasal, kısacası tüm toplumsal yapıyı alt üst edeceği korkusudur.¹⁶⁰

Nitekim heteroseksist nefreti, heteroseksüel ayrıcalığını sağlayan politik sistemin korunmasına yönelik bir silah şeklinde yorumlayanlar vardır. Cinsel azınlıklar, heteroseksüeller tarafından kurulan devlete, dine ve tabii ki aileye birer tehdit olarak algılanırlar. Bu yoruma göre heteroseksist nefret sayesinde ataerkil egemenlik ve cinsiyete dayalı güç ilişkileri de korunmuş olur.¹⁶¹ Elbette bunun illa ki bilinçli bir süreç olması gerekmiyor. Devlet, aile ya da din bilinç dışında “heteroseksüel” olarak kodlanmıştır. Dolayısıyla heteroseksüel olmayanlar, bu kurumların dışında algılanır. Daha doğrusu, heteroseksüel olmayanların bu kurumlara zarar vereceğine inanılır. Bu düşünce / korku en iyi şekilde Sodom ve Gomorra hikâyesinde vücut bulmuştur. Bu konuya ileride tekrar değineceğim.

Aynı korkular, aslında diğer yönelimlere yönelik heteroseksist öfkenin ve nefretin kaynağını da oluşturur. Biseksüellere yönelen derin öfke, korku ve nefreti *bifobi* şeklinde adlandırmak mümkün. Yönelimden ziyade bir cinsiyet kimliği olarak transseksüellere yönelik derin öfke ve nefret ise *transfobi* şeklinde adlandırılır. Tarih boyunca heteroseksüel olmayanlara yönelik öfke ve nefret, çoğunlukla bu fobilerin toplamından oluşuyordu. Zaten modernizmden önce, cinsel yönelim ve kimlikler özellikli adlara sahip olmadığı için, hepsi birden cinsel terslik, sapıklık olarak adlandırılıyordu. Dolayısıyla söz konusu nefret sadece homoseksüellere yönelik değil, tüm “cinsel tersliklere” yönelikti. O yüzden aksi gerekmedikçe, bu korkuları / nefretleri genelleleyen *heteroseksist nefret* kavramını kullanmaya çalışacağım. Böylece nefretler arasında herhangi bir hiyerarşi oluşturmaktan çekinmiş olacağım.

Heteroseksist nefret, büyük oranda Hristiyanlığın doğuşuyla birlikte yayılmıştır. Hristiyanlığın doğuşuyla birlikte heteroseksüel olmayanlar, felaketlerin, kıtlıkların, yozlaşmanın müsebbibi olarak görülmüş ve cezalandırılmışlardır. Hristiyanlığın doğuşunu, heteroseksist nefretin de doğuşu olarak görmek pek doğru

¹⁶⁰ Byrne Fone, **Homophobia**, New York: Picador USA, 2001, s.5

¹⁶¹ Patrick D. Hopkins, “**Gender Treachery: Homophobia, Masculinity and Threatend Identities**” *Oppression, Privilege, and Resistance*, edit. Lisa Heldke, Peg O’Connor, New York: McGraw-Hill, 2004, s.239

olmaz. Ancak Hristiyanlığın doğuşu bu nefretin yayılmasında ve abartılmasında önemli bir dönüm noktası olmuştur.

Bu yüzden çok uzun bir süredir, heteroseksizmi sorgulayanlar, Hristiyanlık öncesi Avrupa'ya gönderme yapmışlardır. Özellikle bugünkü Avrupa kültürünün temelini oluşturan Yunan ve Roma kültürlerine bakılmış, bu saygın kültürlerin eşcinselliğe ve biseksüelliğe bakışları örnek olarak gösterilmiştir.

Fone'un belirttiği gibi, Antik Yunan fikri her kesim tarafından yeniden üretilmiş, yeniden yorumlanmıştır. Rönesans'tan beri Antik Yunan, özellikle homofobiye sorgulayanlar için nostaljik bir geçmişi, eşcinselliğin altın yıllarını çağrıştırmıştır. O dönemde eşcinselliğin yargılanmadığı, yasaklanmadığı, hatta saygın görüldüğü söylenerek, eşcinsellik savunulmuştur. Ancak o dönemin eşcinsellik anlayışı bugünden biraz farklıydı. Antik Yunan, eşcinselliği oğlan sevgisi anlamına gelen, *paiderastia* olarak adlandırıyordu. Yetişkin erkeklerin, genç erkeklere yönelik sevgisini ifade *paiderastia*'yı, günümüz pedofilisiyle karıştırmamak gerek. Pedofilide küçük çocuğun sömürülmesi söz konusuysa, *paiderastia*'da her şeyden önce yetişkin erkeğin sevdiği genç erkek, çocuk değil, ergenliğe ulaşmış delikanlıydı. Ayrıca *paiderastia*, genç erkeği tıpkı usta-çırak ilişkisinde olduğu gibi, yetişkin hayata hazırlayan bir kurumdu. Sevgili/yetişkin erkek, sevdiğine/genç erkeğe hayat hakkında; felsefeden sanata, avcılıktan askerliğe kadar bilmesi gereken her şeyi öğretiyordu. Aradaki bu yaş ve sosyal statü farkı önemliydi. Dolayısıyla eşcinsellik ancak yaş ve statü farkını koruma gerekliliği gibi, çeşitli kurallar dâhilinde genel kabul görüyordu. Ama tuhaf karşılansa da, birbirine yaşça yakın erkekler arasında da ilişkiler yaşanabiliyordu. Bunun en ünlü örneği Sokrates'in yetişkin bir erkek olan Alcibiades'e duyduğu aşktır.¹⁶²

Ancak genelde, birbirinin dengi, birinin eşi sayılabilecek bireyler arasında yaşanan sevgi ve cinsellik hoş karşılanmıyordu. Çünkü o dönemde cinsellik, ancak ortada bir zıtlık, bir eşitsizlik söz konusu olduğunda gerçekleşebilir düşüncesi hâkimdi. Cinsellikte aktif ve pasif matrisin korunması önemliydi. Bu matriste soylu erkek, aktif

¹⁶² Fone, ss.-18-20

olmalıydı.¹⁶³ Bu zıtlar matrisinde, kadınlar ve genç erkekler sosyal statü olarak yetişkin soylu erkekten daha aşağı konumda oldukları için, pasif ve zayıf sayılıyorlardı. Bu durumda yetişkin bir erkeğin sosyal statü olarak daha aşağı olan kadına özenmesi, kadın kıyafetleri giyinmesi ya da genç bir erkek gibi pasif rolü benimsemesi, ahlaken kötü sayılıyordu.¹⁶⁴

Eşcinselliğin ya da biseksüelliğin Antik Yunan'da tüm toplum tarafından mı, yoksa sadece toplumun üst kesiminde mi saygın görüldüğü tartışmaya açık bir konudur. Ancak Platon, *Şölen*'de çok açık bir biçimde eşcinsel erkek aşkını, heteroseksüel aşktan daha saygın, daha erdemli görür. Platon'a göre, yalnızca bedende üretken erkekler kadınlara yönelerek ölümsüzleşmeye çalışırlar. Oysa ruhta yaratıcı olan erkekler birbirlerine yönelir, ruhun gebe kalarak doğurmasına sebep olurlar. Böylece ölümsüzlüğe daha ulvi bir yolla ulaşırlar.¹⁶⁵ Platon'un düşüncesinde heteroseksüeller tinsel olmayanlardı. Heteroseksüel mantık, eşcinsel mantığın bir ön basamağıydı. Eşcinsel mantık ise saf aklın...¹⁶⁶

Eşcinselliğe ve biseksüelliğe yönelik bu hoşgörü ortamı Avrupa'da Roma İmparatorluğu döneminde de sürdü. Ne Antik Yunan'da ne de Hıristiyanlık öncesi Roma İmparatorluğu'nda, eşcinselliği yasaklayan bir kanun oldu. Ancak Hıristiyanlığın doğuşuyla ve Roma İmparatorluğu'nun Hıristiyanlığı kabul etmesiyle birlikte, Avrupa'da binlerce yıl süren cinsel çeşitliliğe yönelik bu hoşgörü ortamı, birden değişmeye başladı. Roma İmparatorluğu devlet dini olarak Hıristiyanlığı kabul edince, Hıristiyanlar için günah kabul edilen eşcinsellik yasa tarafından cezalandırılmaya ve yok edilmeye çalışıldı.¹⁶⁷

Hıristiyanlığın eşcinselliğe bakışı Lut Kavmi hikâyesine dayanır. Nitekim daha sonra İslamiyet de bu hikâyeye gönderme yaparak, eşcinselliği günah saymaya ve cezalandırmaya başlayacaktır. Hikâyeye göre erkek eşcinselliğinin kabul görüldüğü Sodom ve Gomora şehirleri, Tanrı tarafından gökten yağın ateşlerle cezalandırılmıştır.

¹⁶³ Halperin, s.48

¹⁶⁴ Fone, s.29

¹⁶⁵ Lloyd, s.44

¹⁶⁶ Türcke, s.81

¹⁶⁷ Fone, s.114

Bu sebeple, modernizmde homoseksüel kavramı icat edilene kadar, heteroseksüel olmayan tüm yönelimler ve cinsel edimler, “sodomi” olarak da nitelendiriliyordu.

İki bin yılı aşkın bir süredir Lut Kavmi hikâyesi, toplumların heteroseksüel olmayanlara bakışlarında kaynak olmuş ve heteroseksist nefretlerini sürekli alevlendirmiştir. Bu hikâye, heteroseksüellik dışındaki yönelimleri kabul eden toplumların başına neler gelebileceğinin kanıtı olarak yorumlanmıştır.¹⁶⁸ Tarih boyunca çoğu toplum bu hikâyeye bir ibret dersi olarak bakmış ve bu hikâyeden yola çıkarak, heteroseksüel olmayanları, başlarına gelen her türlü felaketin müsebbibi görmüşlerdir. Geçmişte depremlerden, yangınlardan, kuraklıktan sorumlu tutulan heteroseksüellik dışı yönelimler, günümüzde AIDS/HIV’den sorumlu tutulurlar.

Bunun bir örneğini 6.yy. İstanbul’unda görürüz. O dönemde hiç eksik olmayan açlık, deprem ve salgın hastalıklardan “sodomciler” sorumlu tutuluyordu. MS 533’te zinacılara verilen cezaları düzenleyen *Lex Julio* genişletildi ve bu yeni düzenlemeyle sodomcilerle idam cezası getirildi.¹⁶⁹ Orta çağda sodomi “illetine” bulaşanlar, kilise tarafından ağır cezalara maruz kalıyordu. Sodomi, cinayetten sonraki en büyük günah olarak görülüyordu ve bunu yapanların hayat boyu olmasa bile en on beş yıl boyunca dövülmesi, üzerlerine tükürülmesi, zincire vurulması, aç bırakılması ve hapsedilmesi gerektiği düşünülüyordu.¹⁷⁰

Eşcinsellik bugün de olduğu, o günlerde de ötekini aşağılamanın, dışlamanın bir yoluydu. Yani bir hakaret olarak algılanıyordu. Örneğin çoğu millet, düşmanı olarak bellediklerini eşcinsellikle “suçlama” ve “kötüleme” yoluna gitmiştir. Bunun bir örneğini 9.yy. minyatürlerinde görürüz. Bu dönemdeki Alman minyatür ve şiirlerinde, kimi Fransız şehirlerinin sadece eşcinseller tarafından ikamet edildiği anlatılıyor, bu yolla Fransız kültürü aşağılanıyordu.¹⁷¹ Benzer bir biçimde, İslamiyet’in yayılmaya başladığı ve Avrupa’da gün gittikçe İslamiyet korkusunun belirdiği dönemlerde, bir anti-İslam propagandası olarak, Müslümanlar arasından sodominin yaygın olduğu söylenmiştir. Hatta Türklerin fethettikleri yerlerdeki erkekleri, daha da kötüsü papazları

¹⁶⁸ Fone, ss.76-77

¹⁶⁹ Baird, s.55

¹⁷⁰ Baird, s.56

¹⁷¹ Fone, s.145

eşcinsel ilişkiye zorladıklarına inanılıyordu. Bu açıdan bakıldığında tarih boyunca zenofobi ve homofobi, iç içe geçerek tüm ötekilere, azınlıklara yönelmiştir.¹⁷²

Heteroseksist nefret, tarih boyunca çoğunluk erkek eşcinsellere yönelmiştir. Kadın eşcinsellere dair kayıtlar yok denecek kadar azdır. Lezbiyenlik her ne kadar Avrupa’da çok uzun bir süre suç olarak kabul edilmiş olsa da, kadın eşcinseller nadiren yargılanıyordu. Tarihi kayıtlar, Fransa’da dört, Almanya’da iki, İsviçre’de ve İtalya’da birer adet dava açıldığını gösterir. Yasanın lezbiyenliğe yönelik bu “ilgisizliği” büyük oranda fallus merkezli anlayıştan kaynaklanıyordu.¹⁷³ Öyle ki kadınlar arasında bir cinselliğin var olmayacağına inanılıyordu. Çünkü fallus merkezli anlayışa göre, penisin olmadığı yerde cinsellik de yoktu.

Judith C. Brown, Ortaçağ’daki lezbiyen cinselliğine dair yazdığı makalede, lezbiyen cinselliğinin tarih boyunca görmezden gelinmesini, kadınların cinsiyetler arası kurulan hiyerarşide daha aşağı görülmesiyle açıklar. Avrupa’da kadın eşcinselliği çok uzun bir süre, bir kadının erkeğin sahip olduğu “nama” ve “şerefe” ulaşmak istemesi şeklinde yorumlanıyordu. Bu anlayışta, bir erkeğin daha aşağı konumdaki kadınlara özenmesi şekline yorumlanan erkek eşcinselliği, kadın eşcinselliğine oranla daha kötü, daha ahlaksız bir durumdu. Ayrıca erkek tohumu, kadının yumurtalarından daha değerli görüldüğü için, bir erkeğin başka bir erkekle birlikte olarak bu tohumu heba etmesi, Tanrı’nın ve doğanın kurallarına karşı çıkmak şeklinde görülüyordu. Hâlbuki kadının, cinsel organını üreme dışında kullanması, insanlık adına böylesinde bir tehdit içermiyordu.¹⁷⁴

Lezbiyenliğe yönelik ilk hukuki metnin ortaya çıkışı 13 yy. Fransası’sına denk düşer. *Le livre di jostice et de plet* isimli bu yasaya göre, sodomi suçunu işleyen bir erkek, suçu işlediği ilk seferinde testislerini, ikincisinde penisini yitirecek; üçüncü

¹⁷² Fone, ss. 149–150

¹⁷³ Judith C. Brown, “Ortaçağ Avrupası’nda ve Modern Avrupa’nın İlk Zamanlarında Lezbiyen Cinselliği” *Tarihten Gizlenenler*, der. Martha J. Vicinus, Martin Bauml Duberman ve George Chauncey Jr, ç.Serkan Göktaş, Ankara: Phoenix Yayınevi, 2001, s.68

¹⁷⁴ Brown, s.71

işleyişinde ise yakılarak öldürülecekti. Bunun karşılığında bu suçu işleyen bir kadın, her seferine organının bir kısmını yitirecek ve ardından yakılacaktı.¹⁷⁵

Rönesans'taki kadın eşcinselliğine ait kayıtlar, Rönesans öncesinde olduğu gibi azdır. Ancak günümüze ulaşan kayıtlara göre, kadınlar arası ilişkiler de sodomiyle suçlanarak çeşitli şekillerde cezalandırılıyordu. Örneğin günümüze ulaşan kayıtlardan biri, İspanya'da iki kadın "araçsız" seks yaptıkları için kırbaçlanmış ve kürek mahkûmluğuyla cezalandırılmıştı. Oysa 15.yy. iki rahibeye verilen ceza, cinsel ilişkileri sırasında "araç" kullandıkları için yakılmaktı.¹⁷⁶ Bu ceza da, cinsellik anlayışının ne kadar fallus merkezli olduğunu göstermekteydi.

Rönesans'ta homoerotik göndermelerin çeşitli sanat dallarında karşımıza çıktığı bir dönemdir. Ancak buna rağmen eşcinsellik idamla cezalandırılmaya devam ediyordu.¹⁷⁷ Eşcinsel davranışları baskı altında tutmaya çalışan yetkililer, halka ibret olması için sodomiyle cezalandırılanları resmettiriyordu. Bu tarz bir olumsuz propaganda 1482 yılında Zürih'ta kazığa bağlanarak yakılan iki eşcinseli gösteren minyatürdür.¹⁷⁸

Rönesans Dönemi İtalyası'nda, sodomicileri bulup yakalamaları için özel gece devriyeleri vardı. Soruşturmalar gizlice yürütülüyordu, dolayısıyla herkes herkesi ele verebilirdi. Floransa'da çıkan bir kanun, sodomi suçu işlemiş bir erkeğin hadım edilmesini emrediyordu. Yakalananlar itiraf etmeleri için işkenceye maruz bırakılıyordu. Mahkûm edilenler ise, hakaret edilmeleri ve üzerlerine tükürülmeleri için şehrin meydanındaki bir direğe bağlanıyor, günlerce aç susuz bırakılıyordu. Bu aşamadan sağ çıkacak kadar dayanaklı olanları bekleyen son direğe bağlı halde yakılmaktı.¹⁷⁹

Avrupalılar, Avrupa'nın bu "hastalıklı" ve "günaha batmış" topraklarından çıkıp, bir umut yeni dünyalara açıldıklarında, bu yeni topraklarda gördükleri şeyler

¹⁷⁵ Baird, s.57

¹⁷⁶ James M. Saslow, "**Rönesans'ta Eşcinsellik: Davranış, Kimlik ve Sanatsal İfade**" *Tarihten Gizlenenler*, der. Martha J. Vicinus, Martin Bauml Duberman ve George Chauncey Jr, ç.Serkan Göktaş, Ankara: Phoenix Yayınevi, 2001, s.96

¹⁷⁷ Saslow, s.94

¹⁷⁸ Saslow, s.103

¹⁷⁹ Baird, s.58

onları dehşete düşürmüştü. Örneğin Amerika'ya ayak basanlar, buradaki yerliler arasında heteroseksüellik dışındaki yönelimlerin doğal bir biçimde yaşandığını gördüğünde dehşete kapılıyor ve bu “ahlaksızlığı” engellemek konusunda kendilerini sorumlu görüyorlardı. Örneğin Panama'ya gelen kâşif Balboa ve askerleri, buradaki bir saraya gittiklerinde, kralın çevresinde kadın kıyafeti giyinmiş ve erkeklerle birlikte olan erkekleri görürler. Bunun üzerine kralı ve kralın çevresindekileri katlederler. 1594 tarihli bir gravür, bu insanların herkesin gözün önünde köpekler tarafından parçalanarak öldürüldüğünü gösterir. Balboa, kralı ve çevresini öldürerek, “bu iğrenç sapıklığın” halka sıçramasını engellediğine inanır. Çünkü bu “illetin” sadece kral ve çevresinde olduğunu sanmaktadır. Böylece yerli halkı bu beladan kurtararak, önemli bir ahlaki sorumluluğu yerine getirdiğine inanmaktaydı.¹⁸⁰

Ancak bu “illet” sadece kralın çevresinde değil, tüm halk tarafından gayet meşru kabul ediliyor ve herhangi bir sorunla karşılaşmadan yaşanıyordu. Her şeyden önce “Batılı” anlamda bir heteroseksüel ve tek eşli çekirdek aile yapısı, eski Kızılderili toplumlarında yoktu. Bu toplumlarda bireyler, birbirlerine biyolojik bağlarla değil, ruhanî bir klan kurgusuyla bağlanıyorlardı. Bu toplumlarda klan içinde hemcins yakınlaşmalar görülebiliyordu ve bu yakınlaşmalar normal karşılanıyordu. Kadınlar çok uzun süreler, hatta kimi durumlarda tüm hayatları boyunca erkeklerle cinsel / duygusal temaslarda bulunmuyor, klandaki diğer kadınlarla birlikte olabiliyorlardı. Üstelik çocuk sahibi olmak istediklerinde evlenmeleri ya da bir erkekle birlikte olmaları gerekmiyordu; evlat edinmeleri mümkündü. Ayrıca bir erkekle evlenseler bile, kadınlarla birlikte olmaya devam edebiliyorlardı.¹⁸¹

Sadece kadınlar arasında değil, erkekler arasındaki yakınlaşmalar da doğal karşılanıyordu. Üstelik daha önce değindiğim gibi, toplumsal cinsiyet normları esnekti ve dileyen bir toplumsal cinsiyet rolünde bir diğerine geçebiliyordu. Tabii bütün bunlar Avrupalılar için hiç de alışık olmadıkları şeylerdi. Bu ortamı ahlaksızlık olarak görüyor ve yerlileri bu illettten kurtarmak için kara kara düşünüyorlardı. Bu kendini sorumlu hissetme, ahlaksızlıkla mücadele erme isteği, Byrne Fone'un belirttiği gibi Amerika'nın

¹⁸⁰ Fone, ss. 320–321

¹⁸¹ Paula Gunn Allen, “Kızılderili Kültürlerinde Lezbiyenler”, *Tarihten Gizlenenler*, edit. Martha J. Vicinus, Martin Bauml Duberman ve George Chauncey Jr, ç.Serkan Göktaş, Ankara: Phoenix Yayınevi, 2001, ss.112–113.

sömürgeleşmesinde devreye giren temel dürtülerden biri haline dönüştü. Daha doğrusu, bu sözde “sorumluluk bilinci”, sömürmenin bahanesine haline geldi:

“Amerika’yı sömürgeleştiren ilk göçmenler, Eski Avrupa’nın günahlarından ve hastalıklarından arınmış yeni bir cennet bulmayı umuyorlardı. Bunun yerine, neredeyse ilk etapta keşfettikleri –ya da gördükleri- şey; ara sıra, sadece izole olmuş dejenereler tarafından değil, tüm toplum tarafından kabul edilmiş bir eylem olarak sodomiydi. (...) Avrupalılar istedikleri şeyin toprak ve zenginlik olduğunu gayet iyi biliyorlardı. Ama sodomi, Hristiyan Tanrısı’nın gözündeki bu en korkunç suç, çoğu kez, gerçek suçu Avrupalıların istediklerine sahip olmak olanların şeytanlaştırılmasında ve bertaraf edilmesinde kullanışlı bir bahaneye dönüştü.”¹⁸²

Amerika gibi, Avrupalıların sömürgeleştirdiği diğer kıtalarda da, bu sömürge hareketleriyle paralel olarak heteroseksizm hızla yayılıyordu. Örneğin Britanya’da 1861 tarihli bir yasayla eşcinsellik suç olarak kabul edilmeye başlayınca, aslında heteroseksüellik dışındaki yönelimlere Britanya’da olduğu gibi kötü bakmayan sömürgelerde de heteroseksüellik dışı cinsel edimler, suç dâhile sokuldu. Bu sömürgelerden biri olan Hindistan’da da bu yasa uygulanmaya başlayınca, iki bin yıllık bit tarihi olan hadımlar kastı *hicralar*, meşruiyetlerini yitirmeye başladılar. Britanyalılar, *hicralara* yapılan destekleri engelleyerek bu geleneğin yok olmasını istiyorlardı. Britanya, daha sonra sömürgelerinden çıktığında bile, Britanya ile gelen heteroseksist nefret, varlığını sürdürmeye devam etti. 1920’lerden 1940’lara kadar, Hinduizm’deki transvestizme, transseksüelliğe ve eşcinselliğe yapılan olumlu göndermelerin, geleneklerden silinmesi için yoğun kampanyalar yapıldı. Bu dönemde, 11.yy.dan kalan Hindu tapınaklarındaki lezbiyen ve homoerotik temsiller devlet eliyle yok edildi.¹⁸³

Avrupa İkinci Dünya Savaşı’na doğru sürülürken, heteroseksist nefret, o tarihe kadar hiç olmadığı kadar sistematik bir biçimde eşcinsel erkeklere yöneldi. Almanya’da Nazilerin yükselişiyle birlikte, ilk toplama kamplarına 1933 yılında ilk eşcinseller gönderilmeye başlandı. Bir sonraki yıl Hitler’in çevresindeki ve Hitler’e potansiyel

¹⁸² Fone, s.326

¹⁸³ Baird, ss.62–63

rakip olan Röhm ve kimi SA liderleri eşcinsel oldukları için öldürüldü. 1935 yılında, erkekler arası anal ilişkiyi yasaklayan ünlü 175. paragraf genişletilerek erkekler arası her türlü yakınlaşmayı kapsar oldu. Öyle ki, bir öpücük hatta göz teması bile cezalandırılmak için yeterdi. 1936 yılındaki Berlin Olimpiyatları'nda ise kötü imaja sahip olmamak için Anti-Semitik eylemlere kısa bir süreliğine ara verilmişti. Ama yine aynı sebeple, yani dışarıya kötü izlenim vermemek adına, o yıl Berlin'deki tüm eşcinsel barlar basılarak, barda yakalananlar kamplara yollanmıştı.¹⁸⁴

Kamplara kapatılan eşcinseller, mahkûm hiyerarşisinin en altında yer alıyorlardı. Özel işkenceler ve tehlikeli deneyler için sık sık eşcinseller kullanılıyordu. Bu yüzden ölüm oranları çok yüksekti.¹⁸⁵ Zaten genel tutum, eşcinselleri ölene kadar en pis işlerde çalıştırmaktı. Kimi zaman tıbbi deneylerde denek olarak kullanılıyorlardı. Buchenwald Kampı'nda eşcinselliği ortadan kaldırmak adına bir dizi deney yapılmıştı.¹⁸⁶

Ancak savaş bittiğinde, kamplara eşcinsellerin de gönderildiği ve onların da büyük acılar çektiği gerçeği, uzun yıllar boyunca kimsenin ilgisini çekmedi. On yıllarca hiç kimse bu konuda araştırma yapma gereği duymadı. Çünkü eşcinselliğin aşağılık bir durum olarak görülmesi, savaş sonrasında da hâlâ devam ediyordu. Sadece Almanya'da değil, tüm Avrupa'da eşcinselliğe bakış, Nazilerin bakışından pek farklı değildi; hatta birçok yerde eşcinsellik yasal bir suçtu. Nazi Almanyası'nda eşcinsellerin tutuklanmasında sebep olan 175. paragraf, savaş sonrasında her iki Almanya'da da varlığını sürdürmeye devam etti. Eşcinselliğin bir suç olmaktan çıkması için 1960'a kadar beklemek gerekti. Nazi Almanyası'nda zulüm gören eşcinseller konusu gerek Almanya, gerek diğer devletler için çok açık bir biçimde tatsız bir konuydu. Üstüne üstlük eşcinsellik hâlâ suç sayılmaya devam ettiği için, eşcinsellerin toplanıp kamplara gönderilmeleri ve buralarda katledilmeleri adaletsiz sayılmıyordu. Bu sebeple bu durum, çok uzun bir süre görmezden gelindi.¹⁸⁷

¹⁸⁴ Erwin Haeberle, “**Gamalı Haç, Pembe Üçgen ve Sarı Yıldız: Nazi Almanyası'nda Seksolojinin Çöküşü ve Eşcinsellere Zulmedilmesi**”, *Tarihten Gizlenenler*, der. Martha J. Vicinus, Martin Bauml Duberman ve George Chauncey Jr, ç.Serkan Gökteş, Ankara: Phoenix Yayınevi, 2001, ss.376–377

¹⁸⁵ Haeberle, s.382

¹⁸⁶ Baird, s.

¹⁸⁷ Haeberle, s.380

Tarih boyunca iktidarda olanlar güçlerini ve kontrol etme ayrıcalıklarını koruyabilmek için, kendi iktidarlara altındaki diğer grupları çeşitli yollarla ifşa etmiş, hedef haline getirmiş ve ötekileştirmiştir. Bu amaçla stereotipler, mitler, alaylar, görsel imgeler yaratılmıştır. Nazi Almanyası bu anlamda çok iyi bir örnektir. O dönemde Yahudilere yapılanlar, eşcinsellere de yapılmaktaydı. Üstelik bu ötekileştirme mekanizmaları bugün hâlâ eşcinsellerin aleyhine çalışmaya devam eder. Nitekim Warren J. Blumenfeld, *Homophobia and Anti-Semitism: Making the Link*'te Yahudi düşmanlığı ve homofobi arasında bağlar kurulabileceğine dikkat çeker.¹⁸⁸

İkinci Dünya Savaşı'ndan itibaren heteroseksist nefret, eşcinselliğin “bilimsel” yollarla “tedavi” edilmeye çalışılmasına sebep oldu. Örneğin Rusya’da Mark Sereiski, heteroseksüel bir erkeğin testislerini, homoseksüel bir erkeğin testislerine naklederek, eşcinselliği “tedavi” etmeye çalışmıştır. Yeni Sovyet rejimi, eşcinselliği tedavi edilmesi gereken bir hastalık olarak görüyordu.¹⁸⁹

Günümüzde ise heteroseksist nefret, özellikle fundamental toplumlarda uç boyutlara varıyor. Örneğin İran’da Humeyni’nin başa geçmesinden beri 4000 kadın ve erkek eşcinsel, ibret olması adına herkesin gözü önünde idam edildi.¹⁹⁰

Heteroseksist nefret tabii ki sadece İran’da varlığını sürdürmüyor. Yeryüzündeki hemen her toplumda, heteroseksüel olmayanlar hâlâ acı çekmeye devam ediyorlar. Günümüzde cinsel azınlıklara yönelik zulüm biçimleri, geçmişten pek de farklı değil: Haksız yere tutuklanıyorlar; haksız ve asılsız suçlamalara, dayığa, işkenceye ve tecavüze maruz kalıyorlar; iş yerinde zulüm görüyorlar, işten atılıyorlar ya da sırf heteroseksüel olmadıkları için işe alınmıyorlar; okul gibi kamusal alanlarda zorbalığa maruz kalıyorlar, mahremiyetleri ihlâl ediliyor; para cezasıyla, hapisle, kırbaçlamayla ve idamla cezalandırılıyorlar.¹⁹¹

¹⁸⁸ Warren J. Blumenfeld, “**Homophobia and Anti-Semitism: Making th Link**”, *Overcoming Heterosexism and Homophobia*, edit. James T. Sears, Walter L. Williams, New York: Columbia University Press, 1997, ss.131-140

¹⁸⁹ Baird, s.65

¹⁹⁰ Baird, s.68

¹⁹¹ Baird, s.73

Ayrıca heteroseksist nefret, cinsel azınlıklar için birçok alanda kayba neden olur: a) Hâlâ çoğu kurum, açık eşcinsellere iş vermekten çekindiği gibi, eşcinsel olduğunu öğrendiklerini de kapı dışarı edebilmektedir. Tıpkı Türkiye’deki gibi çoğu ülkede bunu engelleyen hiçbir yasal düzenleme yoktur. Travesti ve transseksüellerin seks işçiliği dışında iş gücüne katılımları çok daha zordur. b) Cinsel azınlık mensubu olmak, ailenin sevgisini, desteğini ve sunduğu güven ortamını kaybetmeye sebep olabilir. c) Heteroseksüel olmayanların çocuk sahibi olması ya da evlat edinmeleri çoğu ülkede yasal olarak engellenmiştir. Çocukların “özenerek” eşcinsel olmalarından korkulduğu için, toplum çocukları heteroseksüel olmayanlardan uzak tutmaya çalışır. Bu çabanın bir sebebi de çocukların erkek eşcinseller tarafından istismar edileceği düşüncesidir. Oysaki veriler, çocukları cinsel olarak istismar edenlerin %95’inin heteroseksüel erkekler olduğunu gösterir. Buna rağmen heteroseksüel erkekler değil, eşcinsellerin öğretmenlik yapması kimi ülkelerde yasaklanmıştır. d) Cinsel azınlıklar tarafından kurulan kurumların dışında hiçbir kurum, cinsel çeşitliliği korumayı temel ve önemli bir mesele olarak görmez. Hiçbir kurumda heteroseksüellere sunulan ayrıcalıklar, eşcinsellere de sunulmaz. e) Dünyanın hiçbir yerinde, cinsel azınlıkların öldürülmesine kadar giden, sözlü ve fiziksel saldırılara karşı güvenli bir ortam sağlanamamıştır. f) Günümüz toplumlarında var oluşları engellenmeye, yaralanmaya, yok edilmeye ya da değiştirilmeye çalışılan cinsel azınlıklar, derin psikolojik hasarlar almaktadır. Böyle bir ortamda, kendine güven ve öz değer düşüklüğü, depresyona hatta intihara sebep olur. g) Cinsel azınlık mensupları kimi zaman toplumun desteğini yitirirler. Toplumsal bağlarından kopararak toplum dışına itilirler. h) Cinsel azınlık mensubu olmak, saygınlığın yitirilmesine sebep olabilir.¹⁹²

Heteroseksist nefret, hem heteroseksüeller hem de heteroseksüel olmayanlar için birçok açıdan zararlıdır: heteroseksist nefret hem heteroseksüel olmayanlara yönelik ayrımcılığa ve kötü muameleye sebep olur, hem de bireyin kişilik gelişimini ve yaratıcılığını engeller; bireyi hemcinsleriyle yakın ilişkiler kurmaktan alıkoyar, aile fertleri dâhil, bireyin topluluğun diğer üyeleriyle etkileşime girmesinde engel teşkil eder; cinsel azınlıkların toplumun çeşitli alanlarında katacakları katkıların ve sunacakları yardımların heteroseksüeller tarafından görmezden gelinmesine ve ya bu

¹⁹² Pharr, ss.271-272

katkı ve yardımların kabul edilmemesine sebep olur; insan çeşitliliğine engeller, insanı tekdüze kılar.¹⁹³

Büyük oranda Hristiyanlığın yükselişiyle birlikte artmış görünen heteroseksist nefret, hiç şüphesiz ki öncelikli olarak cinsel azınlıkların üzerinde yıpratıcı ve yok edici zararlar doğurmuştur. Dahası, yapılan araştırmalar ve yazılı kaynaklar, tarihte olduğu gibi bugünde de bu nefreti içselleştiren çoğu cinsel azınlık mensubunun, kendisinden nefret ettiğini ve kendisine zarar vermek istediğini gösteriyor. Elbette ki bu zarar verme isteğinin sorumlusu, toplumda hâlâ varlığını sürdüren heteroseksist nefrettir.

Bu nefretin sorgulanabilmesi ve bu nefretle mücadele edilebilmesi için, cinsel azınlıkların bir kimlik oluşturacak derecede kendilerinin farkına varması gerekmiştir. Bir kimlik olarak eşcinsellik, biseksüellik ve transcinsellik geliştikçe, bu nefretin sorgulanması güçlü bir harekete ve mücadeleye doğru evrilmiştir.

3.3. HETEROSEKSİZMLE MÜCADELE ETMEK

Genelde heteroseksizmle ve heteroseksist nefretle mücadelenin tarihi, New York'taki Stonewall isimli bir barda eşcinsel, biseksüel ve transcinsellerin ayaklanmasıyla başlatılır. Bu ayaklanmanın, hem Amerika'daki hem de dolaylı olarak tüm dünyadaki etkileri öylesine büyüktür ki, Stonewall'u bir milat olarak kabul etmek mümkündür. Ancak her miladın olduğu gibi, Stonewall'un da bir öncesi vardır.

Pek bilinmese de modern anlamda heteroseksizmle mücadele, Stonewall İsyanı'nın gerçekleştiği coğrafyadan uzakta; Almanya'da başlamıştır. Almanya'da 19. yy. sonlarına doğru gerçekleşen heteroseksizmle mücadele girişimleri daha çok bilimsel nitelik taşıyordu. Bilimsel olarak, heteroseksist nefreti kıracak kanıtlar bulunmaya çalışılıyordu. Ancak Almanya'daki mücadeleden daha da geriye gitmek mümkündür.

¹⁹³ Yep, ss.60–61

Mücadele olarak adlandırılmasa da, heteroseksist nefret karşısında cinsel azınlıkların kendilerini savunmaya başlamaları, Rönesans dönemindeki kültürel uyanışa denk düşer.

Rönesans'ta sapıklıkla, günahkârlıkla suçlanan eşcinsellerin, bu durum karşısında ne yaptıklarını, buna ne ölçüde tepki verdiklerini, kaynakların sınırlı ve taraflı olmasından ötürü çok iyi bilemiyoruz. Muhtemelen birçoğu bu durumu içselleştirmişti. Ama yine de kimi kaynaklarda sodomiye lanetleyenlere karşı, çıkıp kendini savunanları görürüz. Bu savunmalarda kimi Antik Yunan'a gönderme yaparak eşcinselliğin erdemliliğinden / yüceliğinden bahseder. Kimi, İsa ve Aziz John arasında da bu türden bir yakınlık olduğunu söyler. Kimileri -en cesur olanları- ise, Hristiyanlığın ahlaki otoritesini reddediyor ve sodomiyle ilgili suçlamaları umursamıyordu. Bu insanlar, hem inançsız hem de “sapık” oldukları için çifte suçlu sayılıyor ve idam ediliyorlardı.¹⁹⁴

19.yy. Almanyası'na gelindiğinde ise, daha önce hiçbir yerde ve hiçbir zaman bir örneğine rastlamadığımız bir mücadele filizlenmeye başladı. O dönemdeki, 175. paragraf olarak adlandırılan Alman yasası, erkekler arasındaki cinselliği suç sayıyordu. Bir avukat olan Karl Heinrich Ulrichs ise, eşcinselliğin bir suç olmaması gerektiğini, çünkü bunun doğuştan gelen bir özellik olduğunu savunarak, bu yasayı değiştirmeye çalışmıştır. Ayrıca Ulrichs, o dönem eşcinselleri tanımlamak için tarafsız bir kavram olmadığı için, yönelimleri tanımlamak için kavramlar geliştirmiştir. Yunan tanrıları Uranus ve Dione'dan esinlenerek heteroseksüel erkek için *dioning*, eşcinsel erkek içinse *urning* kavramlarını icat etmişti. Kadınlar için herhangi bir kavram geliştirmemişti, çünkü Ulrichs'e göre kadınlar cinsel arzusun öznesi olmaktan çok, nesnesiydiler.¹⁹⁵

Ulrichs, yaptığı çalışmalarda *urning* olarak kavramlaştırdığı eşcinsellerin, eşcinselliği perforce etmelerinden ötürü cezalandırılmalarının yanlışlığı üzerinde duruyordu. *Uran aşkını* cezalandırmanın, inekleri yumurtlamadıkları için cezalandırmak kadar saçma olduğunu söylüyordu. Çünkü *uraning*, tıpkı ineklerin yumurtlamaması gibi doğuştan gelen bir özellikti. Ulrichs'in çalışmaları, hukuka hemen yansımada, tıptaki ve psikolojideki çalışmalara esin kaynağı olmuştur. Richard von Krafft-Ebing,

¹⁹⁴ Saslow, ss. 99–100

¹⁹⁵ Nikki Sullivan, **A Critical Introduction to Queer Theory**, New York: New York University Press, 2003, s.5

Havelock Ellis, Karl Westphal, Magnus Hirschfeld ve Sigmund Freud gibi, bu konuda söz üreten önemli isimlere ışık tutmuştur. Örneğin bu isimlerden biri olan Avusturyalı psikiyatr Krafft-Ebing, 1886'ta çıkardığı *Psychopathia Sexualis*'te eşcinselliğin günah ya da suç olmadığını; “hastalık” olduğunu söyler. Üstelik Krafft-Ebing'in çalışması, yasal reformda etkili olur.¹⁹⁶

Eşcinselliği doğal olarak tanımlayan Ulrichs ve bir hastalık olarak tanımlayan Krafft-Ebing'ten sonra Havelock Ellis, eşcinselliğin renk körlüğü gibi bir anomali olduğunu düşünüyordu. Ellis'e göre eşcinsellik irsî bir durum olduğu için, hastalık ya da suç olarak görülmemeliydi. Alman psikiyatr Karl Westphal ise, yaptığı çalışmalarla eşcinselliği “normal” cinsel gelişim sürecinden bir sapma olarak tanımlamış ve bu sebeple tedavi edilebileceğini öne sürmüştür. Ayrıca Westphal, kadın eşcinselliğine ilk değinen isimlerden biridir. Westphal'e göre kadın eşcinselliği kadın bedenine girmiş bir erkek ruhuydu.¹⁹⁷

Eşcinselliği anlama ve bu yolla heteroseksizmi sorgulama yolundaki bu ilk çalışmaların gerçekleştiği dönemde yaşanan bir skandal, James D. Steakley'in *Gelenekleri Yıkan Bir Skandal; Wilhelm Almanyası'nda Siyasi Karikatürler ve Eulenburg Olayı* başlıklı makalesinde belirttiği üzere, Almanya'daki eşcinsel kimlik bilincinin oluşumunu etkilemiştir.

Eulenburg Olayı olarak adlandırılan bu skandal, 1907 ve 1909 yılları arasında Alman İmparatorluğu'nun, Alman İmparatoru II. Wilhem'in çevresindeki birkaç kişiye yönelik eşcinsel “suçlamalarıyla” çalkalanmasıdır. Bu “suçlamalar”ın gerçek olduğuna dair herhangi bir kanıt yoktu, ancak o dönem Alman medyasında çok uzun bir süre yer aldı. Skandalın baş kahramanı Eulenburg-Hertefeld Prensi Philipp'ti. Wilhelm'e göre bu olaylar, I. Dünya Savaşı'nda Almanya'yı mağlubiyete, kendisini de tahttan çekilmeye iten komplonun ilk adımıydı. Benzer bir biçimde o dönem yıldızı parlamaya başlayan

¹⁹⁶ Sullivan, s.7

¹⁹⁷ Sullivan, s.10

seksolog Magnus Hirschfeld de bu olayları I. Dünya Savaşı'na yönelen sürecin başlangıcı olarak görür.¹⁹⁸

Eulenburg Olayı, dışarıda ve içeride Alman ulusunun imajını yıkan, saygınlığını alt üst eden bir skandal olarak yorumlanıyordu. Medyada bu olaylar sık sık bu şekilde yorumlanıyordu.¹⁹⁹ Eşcinsellik bu olaylar birlikte, böylesine yoğun bir biçimde gündemi işgal edince, tüm Alman halkı, bu “sapıklığın” yayılmasından ve koca ulusu yok etmesinden korkmaya başladı. Aydınlar ise, eşcinselliği bir hastalık olarak görüyor ve bu hastalığın yayılmasından korkuyordu.²⁰⁰

Eulenburg Olayı, tüm halkın bir araya gelerek heteroseksist nefretini kustuğu bir vakadır. Buna benzer bir skandal Oscar Wilde'ın mahkeme önüne çıkmasında yaşanmıştır. Eulenburg Olayı'nı Steakley'in belirttiği gibi, insanların cinsellikle ilgili normallik ve anormallik duygularını uyandıran ve böylece modern eşcinsel kimliğinin ortaya çıkışını hızlandıran dönüm noktalarından biri olarak görmek mümkündür.²⁰¹

Ayrıca bu skandal, bir bilim dalı olarak seksolojinin tanıtılmasının önünü açmıştır. Nitekim bu olayların hemen ertesinde, Magnus Hirschfeld *Zeitschrift für Sexualwissenschaft*'ı çıkarmaya başlamıştı.²⁰²

Magnus Hirschfeld'in çalışmaları, kendinden önceki Ulrichs ya da Krafft-Ebing gibi isimlerin çalışmalarıyla kıyaslandığında devrimci bir niteliğe sahiptir. Hirschfeld'in çalışmaları iki açıdan önemlidir. İlki cinselliğe getirilen normal – anormal ayrımlarını sorgulayıp, cinsel çeşitliliği savunmasından ötürüdür. Hirschfeld'in çalışmalarının bir diğer önemli yanı, bilimsel çalışmalarını sadece önyargıları yıkmak için değil, ama aynı zamanda yasal değişikliklerin / reformların gerçekleşmesi için de

¹⁹⁸ James D. Steakley, “Gelenekleri Yıkan Bir Skandal; Wilhelm Almanyası'nda Siyasi Karikatürler ve Eulenburg Olayı” *Tarihten Gizlenenler*, der. Martha J. Vicinus, Martin Bauml Duberman ve George Chauncey Jr, ç. Serkan Göktaş, Ankara: Phoenix Yayınevi, 2001, ss. 237–239

¹⁹⁹ Steakley, s.251

²⁰⁰ Steakley, s.257

²⁰¹ Steaklet, s.239

²⁰² Steakley, s.254

kullanmış olmasıdır.²⁰³ Nitekim Hirschfeld, erkekler arası ilişkiyi yasaklayan 175. paragrafın ortadan kalkması için yıllarca mücadele vermiştir.

Ancak I. Dünya Savaşı'ndan sonra, gerek Magnus Hirschfeld'in çalışmaları ve mücadelesi, gerek o dönemdeki diğer bilim insanlarının yürüttüğü mücadele çok büyük bir darbe almıştır. Nazilerin yükselişinden kısa bir süre sonra, tüm akademinin kapıları Hirschfeld'e kapatılmıştı. Hatta Münih'te katıldığı bir konferans sonrasında bir saldırıya uğramış, kafatası ağır hasar görmüştü. Hirschfeld hem Yahudi'ydi, hem de yaptığı çalışmalarla eşcinselliği doğal / normal olarak gösteriyordu. Ayrıca bütün bunlara ek olarak politik tavrı Nazi Almanyası'nın desteklemediği bir yöneydi. Bütün bunlar, onu "istenmeyen" bir kişi yapıyordu.²⁰⁴

Nazi hükümetinin kuruluşundan kısa bir süre sonra, Hirschfeld'in kurduğu Seksoloji Enstitüsü, yerle bir edildi. Buradaki kütüphane yakıldı. Enstitü'de çalışmış ve hayatını kurtarmayı başarmış olan jinekolog Ludwig L. Lenz'e göre, Nazilerin bu öfkesinin ardında sadece eşcinsel ya da Yahudi düşmanlığı yatmamaktadır. Lenz hatıralarında, Nazilerin bu öfkesinin sebeplerinden biri olarak Seksoloji Enstitüsü'nün Naziler hakkına çok fazla şey biliyor oluşunu görür. Çünkü çoğu Nazi liderine ve çevresindekilere ait bir sürü vaka öyküleri, bu Enstitü'nün arşivlerinde yer alıyordu.²⁰⁵ Erwin Haeberle, bu arşivlerin tamamen yakılmış olmayabileceğini ve ileriki yıllarda Nazilerin önemli isimlerinden biri olan Ernst Rhöm'ün ve diğer SA liderlerinin öldürülmesini hazırlayan süreçlerde kullanılmış olabileceğini söyler.²⁰⁶

II. Dünya Savaşı'na doğru Nazi Almanyası'nın eşcinsellere yönelik tutumu gittikçe sertleşince, I. Dünya Savaşı öncesinden itibaren başlayan heteroseksizmi sorgulamaya ve bununla mücadele etmeye yönelik ilk filizlenmeler, başarıya ulaşma fırsatı bulamadan ortadan kalktı.

Ancak dünyanın diğer ucunda II. Dünya Savaşı, Almanya'da yok edilen mücadele girişimlerinin, o coğrafyada belirmesi için gereken ortamı hazırlıyordu.

²⁰³ Sullivan, s.12

²⁰⁴ Haeberle, s. 372

²⁰⁵ Haeberle, s.375

²⁰⁶ Haeberle, s.376

Tarihçi John D’Emilio’ya göre Amerika’daki eşcinsel bilincin uyanmasında II. Dünya Savaşı’nın çok büyük bir etkisi vardır. Savaş yüzünden çoğu genç erkek ve kadın, evlerinden, köylerinden ve kasabalarından uzaklaşarak; ailenin zorunlu heteroseksüel ortamından uzak, hemcinsleriyle yakınlaşabilecekleri ve bu anlamda bir kimlik bilinci geliştirebilecekleri ortamlara sürüklendiler. Kadınların ve erkeklerin birbirlerinden uzaklaşarak, hemcinsleriyle daha çok vakit geçirdikleri savaş ortamında, zaten eşcinsel olduğunun bilincinde olanlar kolaylıkla kendileri gibilerini bulabilirken, diğerleri kimliklerini keşfedebilecekleri olanaklarla karşılaşıyordu.²⁰⁷

Nitekim savaşla birlikte demografisi değişen San Francisco’nun görünür eşcinsel, biseksüel ve transcinsel nüfusu büyük oranda bu savaşla birlikte belirdi. San Francisco, askerlerin ülkeye giriş ve çıkışlarının gerçekleştiği önemli bir limandı. Silahlı kuvvetlerin o dönem sık sık yaptığı “temizlik faaliyetlerinden” ötürü ordudan atılan gey ve lezbienlerin çoğu, evlerine dönmek yerine bu şehirde kalıyorlardı. Çünkü çoğu eşcinsel, ailesine bu durumu açıklamaktan korkuyordu ve burada kalarak aileden / tanıdıklardan uzak, kendilerine ait açık bir yaşam kurabiliyorlardı. Ayrıca Kaliforniya, eşcinsellerin barlarda toplanmalarını engellemeyen tek eyaletti ve bu imkân bölgede güçlü bir eşcinsel alt kültürün oluşmasına yarıyordu.²⁰⁸ San Francisco’daki bu güçlü alt kültür, Stonewall öncesinde zayıf da olsa bir hareketlenmenin ortaya çıkmasını sağlıyordu. Şehirde eşcinsel özgürleşmesini savunanlar, diğer tüm şehirlerden daha fazlaydı.²⁰⁹

Amerika’daki bu ilk “gey uyanışı” olarak adlandırılabilirimiz anti-heteroseksist eğilimler, büyük oranda II. Dünya Savaşı ve Soğuk Savaş’ın geyleleri hedef gösteren politikalarından kaynaklanıyordu. Bu dönemde eşcinsellerin maruz kaldığı ayrımcılık her geçen gün kurumsal bir nitelik kazanıyor; idarî yönetimler ve ordu,

²⁰⁷ D’Emilio, *Making Trouble*, s.10

²⁰⁸ John D’Emilio, “**II. Dünya Savaşından Bu Yana San Francisco’da Eşcinsel Politikaları ve Toplulukları**” *Tarihten Gizlenenler*, der. Martha J. Vicinus, Martin Bauml Duberman ve George Chauncey Jr, ç.Serkan Göktaş, Ankara: Phoenix Yayınevi, 2001, ss.466–467

²⁰⁹ D’Emilio, “*II. Dünya Savaşından Bu Yana San Francisco’da Eşcinsel Politikaları ve Toplulukları*”, s.468

eşcinsellere adeta savaş açıyordu. Tüm ülkede eşcinsellerin bir araya geldikleri mekânlar polisler tarafından basılıyor ve eşcinseller tutuklanıyordu.²¹⁰

Böyle bir dönemde, Alfred Kinsey'in cinsellik üzerine hazırladığı rapor büyük etki uyandırmıştı. Kinsey raporunda, milyonlarca Amerikalı erkeğin homoseksüel edimde bulunduğunu söylüyordu. Rapordaki veriler, medyada büyük etki uyandırmış; bu sayede eşcinsellik ana-akıma taşınmış ve ana-akımda tartışılmaya başlanmıştı. Ancak Amerikan medyası, rapordaki verilerden yola çıkarak aileleri çocuklarının gelişimlerine dikkat etmeleri konusunda uyarıyordu.²¹¹

Ancak rapor medyadan farklı olarak, bu durumun bir hastalık olmadığını; doğaya aykırı bir durum olarak görülmemesi gerektiğini söylüyordu. Bu raporun eşcinselliğe bakış açısına rağmen, günlük hayat tamamen heteroseksistti. Raporun tam tersi bir biçimde, heteroseksüellik dışındaki yönelimler, hastalıklı, suçlu ve günahkâr sayılıyordu. Eşcinsel, biseksüel ve transcinsel bireyler, tamamen sessizliğe ve görünmezliğe gömülmüşlerdi. 1950'den itibaren ilk örgütlerin kurulmasıyla birlikte, bu sessizlik biraz olsun bozulmaya başladı. 1950–69 arası *homofil dönem* olarak adlandırılan bu dönemde, öncü örgütler tarafından çıkarılan ilk eşcinsel içerikli dergiler (Mattachine Review, Ladder ve ONE), eşcinsel, biseksüel ve transcinsel hareketin kendine güvenme yolundaki ilk adımlarıyla.²¹²

Amerika'daki modern eşcinsel hareketi, 1951 yılında Los Angeles'te kurulan *Mattachine Society* ile başlar. Bu topluluğun üyeleri aynı zamanda komünisttiler ve öyle bir dönemde hem eşcinsel, hem de komünist olmak çok tehlikeliydi. Bunun bilincinde oldukları için, gizliliğe dayalı ve hiyerarşik bir yapı oluşturmuşlardı.²¹³

Mattachine Society'nin kurucusu Harry Hay, o dönem Amerika'da eşcinsellere yönelik başlatılan yok etme hareketini faşizmin bir uzantısı olarak görüyordu. Hay'e

²¹⁰ Marcus, s.21

²¹¹ Fone, s.389

²¹² John D'Emilio, *Making Trouble*, s.226

²¹³ D'Emilio, *Making Trouble*, s.23

göre faşizm bu sefer Yahudileri yok edemezdi çünkü Almanya’da yaşananlar hâlâ canlılığını koruyordu. Bunun yerine yeni hedef eşcinsellerdi.²¹⁴

Mattachine Society’nin amacı heteroseksüelleri ve eşcinselleri bir araya getirerek önyargıları yıkmaktı. Nitekim Mattachine Society’den sonra 50’li yıllar boyunca kurulan diğer dernekler de aynı uzlaşmacı politikayı izlediler. Homofil dönemin bu dernekleri, farklılıklara vurgu yapmak yerine, ortak yanları öne çıkarıyorlardı. Çünkü farklılıkların görünmez kılınması sayesinde, eşcinsellerin özgürleşeceklerine inanıyorlardı.²¹⁵

Homofil hareket içindekiler, 50’li ve 60’lı yıllarda, uzmanlardan destek alma yoluna gitmişlerdi. Doktorlardan, terapistlerden ve avukatlardan oluşan bu uzmanlar topluluğu gerektiğinde başı derde giren eşcinsellere yardım etmeye hazırды.²¹⁶

Homofil dönemdeki, kendini kabul ettirmek için iyi imaj yaratma anlayışı, 60’lı yılların ortasına doğru, yerini daha cesur ve mücadeleci bir anlayışa bıraktı.²¹⁷ Hareketin gittikçe sertleşmesinde / mücadeleci bir ruh kazanmasında, o dönemdeki sosyal ve politik havanın da etkisi vardır. Savaş karşıtı hareketler, öğrenci hareketleri, siyah hareketi, feminist hareket gibi Amerikan günlük yaşamını değiştirmeyi başaran sosyal ve politik direnişler, eşcinsel özgürleşme hareketinde, karşı koyma / ayaklanma isteğini teşvik eder nitelikteydi. Nitekim bu dönemde eşcinsel özgürleşme hareketi, uzlaşmacı bir hareketten devrimci / ayaklanmacı bir harekete doğru evriliyordu. Nihayetinde Stonewall İsyanı gerçekleşince bir kırılma yaşandı. Bu isyan tüm ülkede geniş etki uyandırmıştı ve beraberinde yüz binlerce eşcinsel sokaklara çıkmıştı. Sadece Amerika’daki değil tüm dünyadaki eşcinsel, biseksüel ve transcinsel hareketi için bir dönüm noktasıydı bu.²¹⁸

Stonewall İsyanı, eşcinsel özgürleşme hareketinde önceki dönemlerden farklı bir evreyi başlattı. Her şeyden önce Stonewall’la birlikte “sokağa çıkmak”, özgürleşme mücadelesinin bir parçası haline geldi. D’Emilio’nun belirttiği gibi “sokağa çıkmak”,

²¹⁴ Fone, ss.392–393

²¹⁵ Sullivan, ss.22–23

²¹⁶ D’Emilio, *Making Trouble*, s.230

²¹⁷ Marcus, s.76

²¹⁸ Marcus, s.121

eşcinsel, biseksüel ve transcinsel bireylerin, kendilerine yönelik besledikleri nefretten kurtulmaları adına önemli bir adımdır. Kendilerinden nefret etmeyen cinsel azınlıklar, kendilerine öylesine güvenir hale gelirler ki, sokağa çıkarak her türlü tehlikeye / saldırıya göğüs gererler. “Sokağa çıkmak”, önceden gizli kapaklı yürütülen politikaların, artık herkesin gözü önünde açık bir şekilde yürütülmesine; dolayısıyla daha etkin bir politikaya hizmet etmiştir. Göz önünde olan lezbiyen ve geyler, adeta bir mıknaş gibi diğerlerini de çekerek, mücadelenin genişlemesine ve güçlenmesine önemli bir katkı sunmuştur.²¹⁹

Nitekim Stonewall sonrasındaki aktivistler, homofil dönemdeki seleflerinden farklı olarak görünür olma politikasını benimsiyorlardı. Ayrıca kimliklerinden dolayı özür dilemiyor, kendilerini acındırmaya çalışmıyorlardı.²²⁰

Stonewall İsyanı’nın etkileri çok büyüktü. Her şeyden önce, kısa bir süre içinde yüzlerce dernek kuruldu. Homofil dönemde ABD’deki dernekler 50’nin altındaydı, bu sayı Stonewall sonrasında 800’ü aştı. Üstelik birçok şehirde yıllık Stonewall’u anma yürüyüşleri yapılıyordu. Bu sayede birçok eşcinsel, biseksüel ve transcinsel sokağa çıkıyor, görünür oluyordu. Nitekim hareket bir müddet sonra öyle güçlendi ki, lezbiyen ve geyler kendilerine ait yayınevlerini, bağımsız basın organlarını, danışmanlık servislerini, uzmanlık derneklerini ve sağlık kliniklerini kurdular.²²¹ Stonewall’dan sonra dünya adeta birkaç yılda tamamen değişmişe benziyordu. Ülke çapında kurulan bu yeni örgütler, ayrımcılığı önleyen yasaları kendi bölgelerinde çıkarmayı başarıyordu. Polislerin keyfi tutuklamaları, sodomi yasaları ve medyadaki görünmezliğe karşılık güçlü stratejiler belirleniyordu. Bu arada hareket 70’lerin ortalarına doğru, sol odaklılıktan, yavaş yavaş daha sakin, daha uzlaşmacı bir yapıya doğru evriliyordu.²²²

80’lerde AIDS’in yükselmesi Amerika’daki mücadeleye başka bir dönüm noktası yaşattı. Binlerce eşcinsel -içlerinde birçoğu daha önce harekete dâhilinde değildi-, bir araya gelerek AIDS’le mücadele yollarını aradı. AIDS araştırmaları için

²¹⁹ John D’Emilio, “II. Dünya Savaşından Bu Yana San Francisco’da Eşcinsel Politikaları ve Toplulukları”, s.473

²²⁰ Sullivan, s.30

²²¹ D’Emilio, “II. Dünya Savaşından Bu Yana San Francisco’da Eşcinsel Politikaları ve Toplulukları”, ss.473–474

²²² Marcus, s.187

kaynak bulmaya çalıştılar ve bu doğrultuda ilk lobi faaliyetlerine başladılar. Nitekim bu dönemden itibaren, Amerika’da gittikçe güçlenen bir eşcinsel lobisi oluşmaya başladı.²²³ AIDS’in yükselişi daha güçlü ve koordineli yapıların kurulmasını tetiklemiştir. Bu sayede yeni kaynaklar bulunabilmiş, bu da mücadeleyi olumlu etkilemiştir.²²⁴

90’lardan itibaren, eşcinsel hareket içinde, hareketin yeterince çoğulcu olmadığı konusunda eleştiriler belirdi. Hareketin biseksüelleri ve transcinselleri de kapsamı gerektiği savunuldu. Ünlü LGBT (Lezbiyen, Gey, Biseksüel, Transcinsel) terimi de ilk kez bu dönemde, bu kaygılardan kullanılmaya başlandı.²²⁵

Amerika’da son yıllarda, toplumun heteroseksizme ve heteroseksist nefrete yönelik tutumunu ölçmeyi amaçlayan çeşitli araştırmalar yapılmaktadır. Eylül 2000’de yapılan *Kaiser Family Foundation* destekli anket çalışması, Amerikan toplumunun bakış açısını anlamamız adına önemli bir kaynak niteliğindedir. Anket çok geniş kapsamlıydı ve önceki yıllarda yapılan anketlerle karşılaştırıldığında, heteroseksizme ve heteroseksist nefrete yönelik tutumlarda olumlu bir değişimin olduğunu göstermekteydi.²²⁶

²²³ Marcus, ss.245–246

²²⁴ D’Emilio, “II. Dünya Savaşından Bu Yana San Francisco’da Eşcinsel Politikaları ve Toplulukları”, s.479

²²⁵ Marcus, s.347

²²⁶ Marcus, s. 348

4. ANLAMLARIN YENİDEN ÜRETİMİ ÇERÇEVESİNDE MEDYADA HETEROSEKSİST YAKLAŞIM

4.1. MEDYANIN YENİDEN ÜRETİM İŞLEVİ

Medya, Louis Althusser'in çığır açan *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları* başlıklı çalışmasında, ideolojinin yeniden üretilmesini ve toplum içinde dolaşıma sokulmasını sağlayan bir aygıt olarak tanımlanır. Althusser'in 1970 yılında *La Pensée* dergisinde yayımlanan bu makalesi, yayımlandığı tarihten bu yana eleştirel iletişim kuramında önemli bir yere sahip olmuştur. Althusser bu çalışmasında devletin egemen ideolojiyi, iki yolla kontrol altında tuttuğundan bahseder. Ordu ya da polis gibi *baskıcı devlet aygıtları* sayesinde ideoloji zorlamayla canlı tutulurken; okul, kilise, aile ve medya gibi *ideolojik devlet aygıtları* sayesinde ideoloji meşrulaştırılır ve yeniden üretilir. Devletin ideolojik aygıtları, var olan ideolojiyi meşrulaştırdığı / doğallaştırdığı için, iktidardaki bir sınıfın diğer sınıflar üzerindeki gücü ve etkisi güvence altına alınır. Böylelikle toplumun her kesimi, bu hegemonik yapılanmayı meşru / doğal görür.²²⁷

Althusser bu çalışmasında, üretimin idame edebilmesi için hem üretim araçlarının, hem de üretim ilişkilerinin yeniden üretilmesi gerektiğinden bahseder.²²⁸ Üretim ilişkilerinin yeniden üretilmesi sürecinde ise, egemen ideoloji tarafından şekillenen sınıf ilişkileri idame edilmiş olur.

Althusser'le birlikte Poulantzas ve Gramsci'nin de üzerinde söz ürettiği baskıcı devlet aygıtları ve ideolojik devlet aygıtları teorisinin temelinde, ideolojinin yarattığı eşitsizlik ortamına rağmen varlığını nasıl sürdürebildiğini anlama çabası yatmaktaydı. Genelde tüm toplumların, özelde ise kapitalist toplumların, içinde bulundukları sistemleri, bu sistemlerin yarattığı eşitsizliğe rağmen nasıl kabul edebildiklerini anlamaya çalışıyordu bu düşünürler. Bu soruya verilen yanıtlar üç aşamada toplanabilir: 1) Hâlihazırda var olan sosyal yapının yeniden üretimi sadece yemek ya da

²²⁷ Armand ve Michèle Mattelard, *İletişim Kuramları Tarihi*, ç.Merih Zıllıoğlu, 3.baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2006, s.76

²²⁸ Louis Althusser, *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, ç.Yusuf Alp, Mahmut Özişik, İstanbul: İletişim Yayınları, 1989, ss.15-16

barınmak gibi ihtiyaçlara yönelik maddi değerlerin üretilmesiyle değil, ama aynı zamanda tüm toplum tarafından paylaşılan manevi değerlerin ve inançların üretilmesiyle de gerçekleşir. 2) Toplum tarafından paylaşılan çoğu ortak değer ve inanç, egemen sınıfın ürettiği değer ve inançlardır. 3) Egemen sınıfın benimsediği egemen ideolojinin üretilmesi ve yayılması devletin temel görevleri arasındadır.²²⁹ Yani bu üç aşamalı yanıtta anlamamız gereken şey, her şeyden önce bir topluluğun parçası olarak o toplulukta üretilen değer ve inançları benimsememiz gerektiğidir. Bu değer ve inançlar bizi, o topluluğun bir parçası kılar. Bu değer ve inançlar çoğunlukla egemen olanların yararına işleyen değer ve inançlardır. Üstelik devlet, bu değer ve inançları, biz pek fark etmesek de korur / kollar / yayar.

İletişim bilimleri alanında özellikle solcu teorisyenlerin benimsediği görüşe göre, ortak değer ve inançların yaratılması toplumsal kontrolü sağlar. Toplumsal kontrol, toplumun bir araya getirilmesi / yekpare bir kitleye dönüştürülmesi, onları aynı şekilde düşünmeye, konuşmaya ve davranmaya yönlendirilmesi sayesinde gerçekleşir. Buradaki kilit öneme sahip kavram egemen ideolojidir. Bireyler, kitle kültürü sayesinde bir araya gelerek egemen ideolojiyi benimserler. Kitlel olarak üretilen kültür, aynı zamanda egemen ideolojinin yeniden üretilmesine hizmet eder.²³⁰

Kitle iletişim araçları, egemen ideolojinin üretilmesinde, dolaşıma sokulmasında ve nihayetinde normalize edilmesinde önemli bir role sahiptir. Kitle iletişim çağında özellikle televizyondaki görünürlülük, politik / ideolojik bağlamda önemlidir. Kitle iletişim araçları doğaları gereği iletilerin saniyeler içinde milyonlarca insana ulaşmasını sağlar. Bu durum politik / ideolojik açıdan imkân sunduğu kadar, çeşitli riskleri de içerir. Bu sebeple her kesim / her ideolojik taraf, kitle iletişim araçlarını kontrol etmek ve medyada olumlu bir biçimde görünür olmak ister.²³¹ Medya ideolojik anlamların üretilmesi ve bu anlamların döngüye sokulmasına kilit bir rolü üstlenir.²³²

Bu rolü nasıl üstlendiğini, son yıllarda ortaya koyulan modelleri ele alarak anlamamız mümkün. Bu modeller sosyolojik temellidir ve eleştirel perspektifli medya araştırmaları için birer kaynak oluştururlar. Bu modellerden ilki *gündem koymadır*.

²²⁹ John B. Thompson, **Ideology and Modern Culture**, 2nd ed., Cambridge: Polity Press, 1992, s.86

²³⁰ David Tetzlaff, “**Popular Culture and Social Control in Late Capitalism**”, *Culture and Power*, edit. Paddy Scannell, Philip Schlesinger & Colin Sparks, 2nd ed., London: Sage Publications, 1994, s.49

²³¹ Thompson, ss.16-17

²³² Thompson, s.163

Gündem koyma modelinin temelindeki düşünce, medyanın izleyici için gündem oluşturduğudur. Medyada yer alan konuların sırası, uzunluğu ve dahası seçimi; izleyicilerin ne hakkında düşüneceklerini belirler. Bir diğer model ise *suskunluk sarmalı*dır. Bu modele göre medya sadece belli düşünceleri / konuları gündeme taşıırken, belli konuları da suskunluğa gömer. İzleyici bu sayede hangi konuların önemli ve geçerli olduğunu öğrenir. Sürekli gündemde kalan söylemler / düşünceler, sanki çoğunluğun düşüncesiymiş gibi algılanır; karşıt söylemler ise görünmez kılınır. Nitekim heteroseksizmi sorgulayan söylemlere / farklı açılımlara, ana akım medyada hemen hiç yer verilmez. *Bilgi gediği* modeline göre enformasyon, daha çok kitle iletişim araçlarını ellerinde bulundurabilen üst sınıflara ulaşır. Kitle iletişim araçlarına sınırlı derece sahip olanlara ise enformasyon sınırlı derece ulaşır. Heteroseksizm dikkate alındığında, alternatif medyaya ulaşmak heteroseksizmin sorgulanması için itici bir güç olabilir. Ancak sadece ana-akım medyaya ulaşabilen kesimlerin, heteroseksizmi sorgulayan söylemlerden faydalanabilmesi güç görünür. Geliştirilen bir diğer model ise *bağımlılık modelidir*. Bu modele göre, toplumsal yapılar karmaşılaştıkça, kitle iletişim araçlarına duyulan ihtiyaç da artar. Bu durum kitle iletişim araçlarına bağımlılık duymaya sebep olur. Dolayısıyla medyanın yaydığı ideolojiye daha da bağımlı hale gelir.²³³

Özellikle 70’li yıllardan itibaren, gün geçtikçe gücü ve etkisi artan televizyondaki iletilerin -örneğin televizyondaki haberlerin-, sadece bilgilendirme amacını taşımadığı düşünölmeye başlandı. Televizyonun işitsel-görsel yapısından kaynaklanan söylem gücü, bilgilendirmenin yanı sıra hegemonik bir tesire de sahip olmasını sağlıyordu. Televizyondaki görünür söylemin ardında, gizli / ideolojik bir söylemi okumaya çalışma çabaları, günümüzdeki anlam okuma çalışmalarını esinlemiştir. Günümüzde ideolojiden çok, televizyon yapımcılarının ürettikleri ve yaydıkları anlamların okunmaya çalışması söz konusudur.²³⁴

Anlam okuma çalışmaları, çoğunlukla dil üzerinden yapılan yapısalci çalışmalarla paralellik gösterir. Stuart Hall’un belirttiği gibi, medyanın ideolojik yeniden üretimine yönelik çalışmalarında konu, bir noktadan sonra yapısalci yaklaşıma

²³³ Fred Fejes, “Eleştirel Kitle İletişim Araştırması ve Medya Etkileri: Yok Olan İzleyici Sorunu”, *Medya, İktidar, İdeoloji*, ç. ve der. Mehmet Küçük, Ankara: Bilim ve Sanat, 2005, ss.303-308

²³⁴ Peter Dahlgren, “What’s The Meaning of This? Viewers’ Plural Sense-Making of TV News”, *Culture and Power*, edit. Paddy Scannell, Philip Schlesinger & Colin Sparks, 2nd ed., London: Sage Publications, 1994, s.203

kaymıştır. Bu yapısalcı yaklaşımlara göre dil, özgül anlamların üretildiği bir araç olarak görülür. Dilin de yardımıyla anlamlar, sistematik bir biçimde inşa edilir. Bir anlamın düzenli olarak inşa edilebilmesi için, bu anlamın güvenilir, meşru ve sorgulanmaksızın kabul edilebilir olması gerekir. Düzenli olarak inşa edilen anlamların meşru ve güvenilir kullanım yolu ise, alternatif anlam inşalarının marjinalleştirilmesi ve önemsizleştirilmesinden geçer.²³⁵

Anlam inşasında medya, tıpkı ideolojinin yeniden üretiminde olduğu gibi önemli bir araçtır. Medya sayesinde çevremizdeki dünyayı anlamlandırırız. Medya, sadece çevremizdeki dünyanın anlamlandırılmakla kalmaz, aynı zamanda bu dünyaya bakışımıza ve bir varlık olarak bu dünyadaki varoluşumuza anlamlar yükler. Elbette anlamlandırma süreçleri sadece medya sayesinde işlemez. Anlamlandırma toplumsal bir süreç olduğu için, topluluk içinde kurulan ilişkiler ve o topluluğun kültürel yapısı da anlamların üretilmesini sağlar. Ancak medyanın diğer anlamlandırma süreçlerinden farkı, bireyin topluluğun sunduğu sınırlardan çıkarak daha geniş anlamlarla bağlantı kurmasını, böylece daha geniş toplulukların bir parçası olmasını sağlamasıdır. Bu durum ister istemez egemenlik fikrine dayalı sosyal ilişkilerin normalize edilmesine de yardımcı olur. Bu açıdan bakıldığında medya sayesinde edinilen anlamların aynı zamanda derin ideolojik boyutları vardır.²³⁶

Peter Dahlgren'in televizyon haberleri hakkındaki çalışması, haber programlarındaki iletilerin bilgilendirici anlamlardan öte, yüksek kültürel ve dolayısıyla ideolojik anlamlarının olduğunu gösterir. Yani televizyondaki haberler sadece bilgilendirmez, aynı zamanda kültürel anlamları yaratır / yayar / yansıtır. TV haberlerinin bir diğer işlevi, izleyiciyi kendi günlük / “sıradan” dertlerinden kopararak, daha geniş / “önemli” anlamları benimsemesini; daha büyük bir dünyayla bağlantı kurmasını sağlamaktır. İzleyiciyi bağladığı bu dünya bilgilendirici olmaktan öte çoğunlukla semboliktir / sanaldır. Kişinin günlük hayatında karşılığı olmayan sanal anlamları içerir.²³⁷

Dahlgren'in bu tespitinden yola çıkarak, Türkiye'deki bir örneği irdeleyebiliriz. Bu örnek aynı zamanda ideolojinin medya sayesinde yeniden üretimini ve dolaşıma

²³⁵ Stuart Hall, “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü”, *Medya, İktidar, İdeoloji*, ç. ve der. Mehmet Küçük, Ankara: Bilim ve Sanat, 2005, s.89

²³⁶ Dahlgren, ss.203-204

²³⁷ Dahlgren, s.205

sokulmasını gösterir. Star TV'nin Uğur Dündar önderliğindeki 24 Nisan 2009 tarihli haber programında Türkiye'nin Ermenistan'a sınır kapılarını açması konu edilmiştir. Programda, Ermenistan-Türkiye sınırında yer alan Alican köylüleriyle yapılan röportajlara yer verilmiştir. Habere göre köylüler, köylerinde bulunan Alican sınır kapısının açılmasına karşıdırlar. Karşı olmalarının iki sebebi vardır: Bunlardan biri Ermenistan'ın Ermeni Soykırımı iddiaları, diğeri ise Azerbaycan'daki işgalidir. Oysaki bu iki olayın da köylülerin günlük yaşamı üzerinde en ufak bir karşılığı yoktur. Üstelik köylerindeki sınır kapısının açılması, köylerindeki ticareti hareketlendireceği için onların yararına olacaktır. Ancak kitle iletişim araçları sayesinde benimsedikleri ideolojik anlamlar, var olan durum her ne kadar onların aleyhinde de olsa, o durumu savunmalarına sebep olur.

Bu örnekten de anlaşılacağı üzere, medya bireyleri daha geniş bir topluluğa dâhil eder. Bireyler, o geniş topluluğun bir parçası olarak egemen kesimler tarafından üretilen değer ve inançları benimserler.

Stuart Hall'un da belirttiği gibi, özellikle televizyon, sanal gerçekliklerin yaratılması konusunda oldukça güçlü bir araçtır. Televizyonun dünyayı anlamlandırmadaki gücünün büyük bir kısmı, görsel ve belgesel karakterinden kaynaklanır. Bu görsel olma durumu, televizyondaki önerme ve açıklamaların “gerçek” olduğunun kanıtı gibidir. Televizyon yarattığı söylemi, görselliğe dayandırarak kanıtlar. Bu görsel söylemler sayesinde, televizyonun yarattığı gerçeklik üretilir. Ancak bu bir yanılsamadır. Bu söylemler, doğal olmadıkları halde doğallaştırılırlar.²³⁸

70'li yılların başında Britanya'da bir grup teorisyen, sinema dergisi *Screen* semsiyesi altında toplanarak, sinema metinleri ve izleyici arasındaki etkileşimi irdelerler. İçinde Stephen Heath, Colin MacCabe, Laura Mulvey ve Peter Wollen gibi isimlerin yer aldığı *Screen* yazarları, çoğunlukla Fransız film eleştirisinden; özellikle de Christian Metz'in çalışmalarından etkilenmişlerdi. Özellikle 1975 yılında İngilizceye çevrilerek *Screen*'de yayımlanan Metz'in *Le Signifiant Imaginaire* isimli çalışması, bu yazarlar için ufuk açıcı nitelikteydi. Metz bu metninde, sinemayı özneleşme sürecindeki bir aygıt olarak görüyordu. Nitekim *Screen*'in çalışmalarının temelinde de, sinemayı dünyadan kesitler sunan pencereler olarak görmek yerine, anlamları ve dünyaya

²³⁸ Tetzlaff, s.101

bakışımızı üreten / yönlendiren bir unsur olarak görme eğilimi vardı.²³⁹ Örneğin bu yazarlardan biri olan Mulvey, sinemada kameranın bakışının (dolayısıyla seyircinin bakışının) büyük oranda erkek egemen olduğuna dikkat çekerek, dünyayı erkek egemen bir şekilde anlamlandırmamıza yaradığını söylüyordu. Mulvey'e göre sinemada kadın çoğunlukla bakılan / pasif taraf olarak kurgulanırken, erkek bakan / aktif taraf olarak kurgulanmaktaydı. Kamera çoğunlukla erkek egemendi.²⁴⁰ Bu durum erkek egemen ideolojin yeniden üretimine, bu ideolojinin sinema vasıtasıyla dolaşıma sokulmasına yaramaktadır.

Screen'in yürüttüğü araştırmalardan sonra, 70'li yılların sonuna doğru Birmingham'da yer alan Çağdaş Kültürel Araştırmalar Merkezi, Screen'i eleştiren yeni bir yaklaşım geliştirdi. Screen yazarları, özneleşme sürecinde sinemayı merkeze koyuyor, izleyiciyi dikkate almıyordu. Oysa Birmingham Okulu'nun getirdiği yeni açılıma göre, sinema metni hangi amaçta ve ne içerikte olursa olsun, izleyici bunu farklı şekillerde okuyabilirdi. Hatta anlamı / söylemi üreten sinema metni değil, izleyicinin kendisiydi.²⁴¹

Birmingham Okulu büyük oranda Stuart Hall'un kodlama – kod açıklama süreçleri üzerine yaptığı çalışmalardan etkilenmişti. Bu çalışmalar, televizyondaki iletilerin kodlanması ve farklı demografik özelliklere sahip izleyicilerin bu kodları farklı biçimlerde açmasıyla ilgileniyordu. Birmingham Okulunun ürettiği teoriye göre, televizyon gerçekliğin çıplak bir kesiti olamazdı. Gerçeği çeşitli şekillerde kodluyordu. İşin ilginç yanı, seyirci her ne kadar farklı demografik özelliklere sahip olsa da; dolayısıyla kodları farklı biçimlerde açımlasa da; bunun bir sınırı vardı. Seyirci televizyonun izin verdiği oranda ve ölçüde anlamlar üretebiliyordu. Ancak televizyonun koyduğu sınırlar dâhilindeki anlamları inşa edebiliyordu.²⁴²

Stuart Hall, kodlamanın ideolojik yeniden üretim için gerekli olduğunu öne sürer. Medya, sınıf demokrasilerinde, doğrudan doğruya devlet tarafından yönetilemeyeceği için egemen ideolojiler kitle iletişim araçlarında ancak kodlandığı sürece dolaşıma girer. Dahası sermayenin hiçbir gücü / hiçbir temel çıkarı, karşı koyucu

²³⁹ Shaun Moores, “**Text, Readers and Context of Reading**”, *Culture and Power*, edit. Paddy Scannell, Philip Schlesinger & Colin Sparks, 2.nd ed., London: Sage Publications, 1994, s.138

²⁴⁰ Moores, s.140

²⁴¹ Moores, s.143

²⁴² Moores, ss. 143-144

ve alternatif tüm sesleri kısararak, iletişime kanallarını işgal edemez. Ama buna rağmen medya, kodlama sayesinde ideolojinin yeniden üretimine hizmet eder. Kodlama, bilinçdışı süreçlere hitap eder şekilde gerçekleşir. Kodlama denilen şey, olayların ve düşüncelerin anlaşılmasını sağlayan simgesel tercümelerdir. Kod bu açıdan gereklidir; çünkü olaylar tek başına bir şey ifade etmez. Olaylar ve düşünceler, toplumsal bilgiye göre anlamlandırılmaya ihtiyaç duyar. İşte medya toplumun açımlayabileceği kodları kullanarak, olayları anlamlı kılar. Bunu yaparken ideolojiyi yeniden üretir.²⁴³

Yalnız David Tetzlaff'ın *Popular Culture and Social Control in Late Capitalism*'de belirttiği gibi, ideoloji karmaşık ve üstü kapalı biçimlerde kodlandığından, bireylerin ideolojiyi dolaşıma sokabilmeleri için kod açımlayabilecek yetilere sahip olmaları gerekir. Eğitim kurumlarının ideolojik yeniden üretim adına yaptıkları şey, bireylere ideolojik yeniden üretim için gereken bilinçsel alt yapıyı sağlamaktır. Bireyler bu altyapıyı ve yetileri, topluma katılabilmek için kullanırlar. Katıldıklarında ise ideolojinin döngüsel bir biçimde dolaşımına destek olurlar. Ancak kimi zaman, devletin ideolojik aygıtları sayesinde edinilen yetiler / entelektüel altyapılar, ideolojinin eleştirilmesinde ve sorgulanmasında kullanılır. İdeolojik yeniden üretim / ideolojinin kontrolü, bu riskleri her zaman içinde barındırır.²⁴⁴

Daha önce de ele aldığım gibi, ideolojik kontrol, içinde her zaman bu esneklik payını bırakır. Birmingham Okulu'nun dikkat çektiği nokta buydu. İzleyiciler, bir iletiyi farklı biçimlerde okuyarak, o iletinin amacı dışında bir anlam inşa edebilirler. Ya da Tetzlaff'ın belirttiği gibi, ideolojik devlet aygıtlarının bize kod açımamamız için kazandırdıkları donanım, ideolojinin sorgulanmasına yarayabilir. Ancak bütün bu riskler, genelde ideolojinin varlığını sarsacak derecede tehlikeli olmaz.

Tetzlaff bu konuda ilginç bir açıklama getirir. Kapitalizmde kâr etmek temel bir kaygı olduğundan, kâr edildiği sürece ya da kâr edilmesi engellenmediği sürece ideolojinin sorgulanması, hatta dönüşüm geçirmesi bile sorun değildir. Çoğunlukla bu dönüşümler bize özgürlükmüş gibi gelir. Ancak unutulmaması gerekir ki, bu dönüşümler kapitalizm kâr etmeye devam ettiği için gerçekleşebilmiştir. Tetzlaff bu noktada geleneksel Amerikan ailesinin geçirdiği dönüşümü örnek verir. Geleneksel /

²⁴³ Stuart Hall, “**Kültür, Medya ve İdeolojik Etki**”, *Medya, İktidar, İdeoloji*, ç. ve der. Mehmet Küçük, Ankara: Bilim ve Sanat, 2005, ss.227-228

²⁴⁴ Tetzlaff, s.54

otoriter Amerikan ailesi, uzun yıllar kapitalizmin önemli bir müttefiki olmuştur. Ancak kadınların paralı iş gücüne katılarak, erkeklere oranla “ucuz” emek sağlayabilecekleri keşfedildiğinde, Amerikan ailesi çevresindeki kültürel anlamlar değişmeye başlamıştır. Artık mutfağında çocukları için “apple pie” pişiren anne, mutfaktan çıkarak çalışan kadına dönüşmüştür. Nitekim çocuklar için “apple pie” yemek de, değişen popüler kültürden dolayı artık eğlenceli olmaktan çıkmış; sıkıcı olmuştur.²⁴⁵ Yani kapitalist ekonomide kâr sağladığı sürece ideolojilerdeki, alışkanlıklardaki değişiklik sorunlu değildir. Bu değişimler için her zaman boş bir alan bırakılır. Nitekim Batılı toplumlardaki eşcinsel hareketin son yirmi yılda kazandığı başarı, eşcinsellerin önemli bir pazar dilimi olarak görülmeye başlanmasıyla da ilgilidir.

Bir başka ifadeyle, kültürel değişimler toplumda uzlaşmayla kabul edilmiş temel değerleri sarsmadığı sürece var olabilirler. Değişimler için, ortak duyunun (common sense) izin verdiği ölçüde bir pay bırakılmıştır.

ABD’deki ilk dönem medya araştırmalarında, medyanın toplumda uzlaşılarak kabul edilen temel değerleri topluma yayarak, bu değerleri pekiştirdiği ve bunu yaparken iyi bir şeye; demokratik, sınıfsız, çoğulcu Amerikan toplumuna hizmet ettiği düşünülüyordu. Stuart Hall’un belirttiği gibi bu fikirden kopmayla birlikte, uzlaşma fikri de sorgulanmaya başlanır. Artık medyanın belli olayları toplumsal ve siyasal açıdan yeniden ve yeniden anlamlandırarak ideolojik bir iktidara hizmet ettiğine inanılmaktadır. Stuart Hall, buna şöyle bir örnek verir:

“Her işçi-işveren çatışmasının, ülkenin ekonomik hayatına ve bundan dolayı ‘ulusal çıkar’a karşı bir tehdit olarak anlamlandırılabilirdiğini varsayın. Bu durumda, böylesi anlamlandırılmalar ekonomik nitelikli konuları, işçi-işveren çatışmasını, üretimin sürekliliğini kesintiye uğratan herhangi bir şeyi lekelerken; üretimin sürekliliğini koruyan herhangi bir şeyi destekleyen, üretime ara verilmesinden hiçbir yarar sağlamayacak olan işverenlerin ve hissedarların genel çıkarlarını koruyan, hükümetin grev hakkını sınırlandırmaya ya da sendikaların pazarlık yapma konumunu ve siyasal gücünü zayıflatmaya çalışan özgül siyasallara güven veren,

²⁴⁵ Tetzlaff, s.61

revaçtaki ekonomik stratejileri devamlı destekleyen terimler içinden inşa edilecek ve tanımlanacaktır. (...) bu türden bir anlamlandırmanın gördüğü işlevin bir kısmı, söylemin başvurduğu bir özneyi inşa etmektir: Örneğin, öznesi ‘işçilere karşı işveren’ olan bir söylemi, öznesi ‘biz’ ya da ‘halk’ olan bir söyleme tercüme etmek...”²⁴⁶

Bu örnekte de görüldüğü gibi medya, aslında egemen sınıfa hizmet eden ideolojiyi belirli biçimlerde kodlayarak görünür söylemin ardına gizler. David J. Scholle, medyaya, özellikle de televizyona yönelik bu tarz eleştirilerde *çökeltme* kavramını kullanmayı tercih eder. Çökeltme, televizyondaki ideolojik pratiklerden biridir ve tarihsel süreç içinde kanıksanarak birikmiş, yığılmış, depolanmış, çökelti haline dönüşmüş söylemleri ifade eder. Bu söylemler, sanki her zaman varmış ve var olacakmış gibi algılanırlar. Scholle’ye göre televizyonun ideolojik işlevinin bir kısmı, çökeltmiş söylemlerin toplumsal yaşam alanındaki yansımalarına destek olmaktır.²⁴⁷ Scholle’nin medyanın yeniden üretim işlevini anlamamıza yardımcı olan bir diğer kavramı ise *şeyleşme*dir: Şeyleşme, “mevcut olanın doğallaştırılmasıdır, nesnelerin bilinçli yorumunun ve nesnelerin belli bir algılanma tarzının sabit kılındığı söylemdir.(...) Bu şeyleşme pratiği, medya pratiklerinin yeni yorumları dışta bıraktığı bir dışlama mantığına dayanır.”²⁴⁸ Böylece, örneğin medya patronları / yöneticileri, kendi konumlarını korumak adına, kültürel çizginin sunduğu en güvenli yolu izleyip dururlar. Yeni yorumlardan, alternatif açılımlardan çekinirler.²⁴⁹

İdeolojinin yeniden üretilmesinde, ideolojinin sağladığı güvenli sular kaçınılmaz olarak çekici gelmektedir. Çünkü ideolojiyi sorgulayan, sarsan bir tutum riskli olabilmektedir. Özellikle bu risk ana akım medya için geçerlidir. Nitekim Hall’un belirttiği gibi medya, yalnızca herkesin anlaştığı genel sınırlar içinde kaldığı sürece varlığını sürdürebilir. Medya yalnızca *uzlaşmanın* sınırı içerisinde kaldığı sürece meşruluğunu korur. Ayrıca medya araştırmalarında varılan nokta, medyanın uzlaşmayı / ortak duyuyu yansıtan ve destekleyen bir kurum olmaktan çok, bu uzlaşma için gereken

²⁴⁶ Hall, “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü”, s.91

²⁴⁷ David J. Scholle, “Eleştirel Çalışmalar: İdeoloji Teorisinden İktidar / Bilgiye”, *Medya, İktidar, İdeoloji*, ç. ve der. Mehmet Küçük, Ankara: Bilim ve Sanat, 2005, s.279

²⁴⁸ Scholle, s.280

²⁴⁹ Scholle, s.281

rızayı imal eden bir kurum olduğu yönündedir.²⁵⁰ Rıza, ideolojilerin yeniden üretiminde gereklidir. Ancak medya gibi devletin ideolojik aygıtları sayesinde rıza sağlanırsa, ideolojinin sorunsuz bir biçimde işlemesi güvence altına alınır.

Kitle iletişim araçları sayesinde yeniden üretilerek dolaşıma sokulan ideolojiler, var olan düzenin toplumdaki her birey için en iyisi olduğuna inanmamızı sağlar. Hâlihazırda var olan düzen, “doğal” olarak en doğru düzenmiş gibi algılandığından, düzendeki herhangi bir aksaklığın / bir bozulmanın, toplumun tamamı için bir tehdit oluşturacağı düşünülür. Bunun altında yatan şey, Scholle’nin şeyleştirme dediği, doğallaştırma süreçleridir. İdeolojinin en belirgin özelliği, keyfi ve değişken yapısını saklıyor oluşudur. İdeolojilerin bu yanları gizlenerek / görmezden gelinerek, her daim var olan yapılar şeklinde algılanmaları sağlanır.²⁵¹

İdeolojilerin doğal olarak var oldukları fikrini canlı tutabilmek için, tekrara ihtiyaç vardır. Medyanın bir işlevi de bu tekrarı sağlamaktır. Toplumun her kesiminde ideoloji tekrar edildikçe, ideolojinin yarattığı anlamlara düzenli olarak maruz kalan bireyler, doğal olananın / olması gerekenin bu olduğunu düşünmeye başlarlar. İdeoloji her alanda tekrar ettikçe, Bourdieu’nin dediği gibi insanlar, ideolojinin aslında ideoloji olduğunu unuturlar.²⁵²

Bu tekrarlar sayesinde, bir topluluğun üyesi, o topluluk içinde var olabilmek için nasıl düşünmesi ve davranması gerektiğini öğrenir. Eğer bu süreçte üretilen normlara uyulursa, topluluğun bir ferdi olarak tanınabilir. Judith Butler’ın tabiriyle, o topluluğun insan tanımı sınırları içine dâhil edilir. Butler bu yüzden normların hem gerekli olduğunu, hem de karşı çıkılması gerektiğini söyler. Normlar hem güvence verir; iyi bir yaşam sürdürebilmek için bize rehberlik eder, hem de normlar sayesinde topluluk için kendimizi var edebiliriz. Ancak aynı normlar, hayatlarımızı sınırlandırır; yeri geldiğinde bize işkence etmeye başlar. Normlar sayesinde normalizasyon gerçekleşir. Normal erkeklerin, normal kadınların kriterleri belirlenir. Eğer toplumsal cinsiyet ya da heteroseksizm gibi ideolojiler ve onların dayattığı normlara karşı

²⁵⁰ Hall, “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü” ss.116-117

²⁵¹ Tony Schirato & Susan Yell, **Communication and Culture**, London: Sage Publications, 2000, s.73-74

²⁵² Schirato & Yell, s.75

çıkılırsa, yaşamımız yaşam olmaktan çıkabilir. Böyle bir durumda insanlık sınırları dışına itilmemiz söz konusu olabilir.²⁵³

Bu yüzden Foucault'nun dikkat çektiği gibi, iktidar ilişkilerini bireylere dışarıdan dayatılan bir şeymiş gibi görmemek gerek. İktidar ve ideolojiler, topluluk bireyleri tarafından paylaşılan oluşumlardır. İktidarın cinselliği ya da diğer alanları bastırırken genelde öyle ya da böyle bir baskı uyguladığı, her şeye “hayır!” dediği ve kurallarını zorla kabul ettirdiği düşünülür. Ancak Foucault iktidar bütünüyle olumsuz bir şey olsaydı, muhtemelen kabul edilmeyeceğinden bahseder. Belki de iktidar, her kesimin isteğiyle üretilir.²⁵⁴ Foucault'nun tabiriyle; iktidar, “Her an, her noktada, daha doğrusu bir noktayla bir başka nokta arasında ürüyor. İktidar her yerdedir; her şeyi kapsadığından değil, her yerden geldiğinden ötürü her yerdedir.”²⁵⁵

Medyanın ideolojik yeniden üretim işlevi, aynı zamanda çokça eleştirilmiş bir teoridir. Örneğin John B. Thompson *Ideology and Modern Culture*'da devletin baskıcı aygıtları ve ideolojik aygıtlarının işleme şekillerine katılmaz. Thompson her şeyden önce toplum tarafından paylaşılan değer ve inançların hiçbir zaman tek renk olmayacağını söyler. Toplumun değer ve inançları toplum tarafından paylaşılmıyormuş ve bu değer ve inançlar sayesinde bireyler kendilerini bir topluma ait hissediyormuş gibi görünse de, bu değerlerin benimsenme oranları ve şekillere göre toplumsal sınıflarda değişiklik gösterir. Thompson, toplumsal yeniden üretimin herkes tarafından kabul edilen değer ve inançlara bağlı olsaydı, yeniden üretimin hiçbir zaman gerçekleşemeyeceğini söyler.²⁵⁶ Thompson, *uzlaşmaya dayalı toplumsal yeniden üretime* bu sebeple karşı çıkarken; bireylerin toplumun değer ve inançlarını benimsemeseler de toplum içindeyken kendilerine düşen rolleri yerine getirerek ideolojinin yeniden üretimini sağlayacaklarını öne süren *farklılaşmış toplumsal yeniden üretime*, bireyleri pasif olarak görmesinden ötürü karşı çıkar. Thompson'a göre bireyler her zaman kendilerinden beklenen rolleri oynamazlar. Kimi zaman bu rollere karşı çıkar / direnirler.²⁵⁷

²⁵³ Butler, *Undoing Gender*, s.206

²⁵⁴ Foucault, ss.67-68

²⁵⁵ Foucault, s.72

²⁵⁶ Thompson, s.88

²⁵⁷ Thompson, ss.89-90

Elizabeth Fraser ise, ideolojinin soyut bir kavram olduğu için araştırılıp ölçümleyememeğine dikkat çeker. Bu yüzden yaptığı araştırmada, dile getirilen söylemleri analiz eder. Kimin hangi durumda hangi kelimeyi tercih ettiğini; hangi düşünceyi, hangi ortamda dile getirebildiğini analiz eder. Vardığı sonuç ise, ideolojiden farklı olarak bireylerin söylemlerini bilinçli bir şekilde kontrol edebildikleridir. İnsanlar kimi söylemleri belirli ortamları sansürlerken, belirli ortamlarda özgürce dile getirebilmektedir.²⁵⁸

İdeoloji soyut bir kavram olduğu için araştırılması zordur. Üstelik medyanın ideolojik üretimi dikkate alındığında, izleyicileri / toplumun bireylerini ekranlardaki ideolojik anlamları olduğu gibi alıp yayan edilgen unsurlar olarak görmemek gerekir. Ancak konu heteroseksizm ya da ataerki gibi *uzlaşmaya* dayalı *ortak duyuya* hitap eden, toplumsal anlamda *çökelmiş*, kanıksanmış, adeta kemikleşmiş söylemler olunca; bu söylemlerin kitle iletişim araçlarında ne kadar sıklıkla yeniden üretildiğini görebiliriz.

Nitekim Thompson'da bu konuya dikkat çeker. Thompson, devletin ideolojik yeniden üretimine sadece ekonomik olarak egemen olan sınıf bazında bakmamak gerektiğini söyler. Devlet sadece ekonomik anlamda gücü elinde bulunduran sınıf değer ve inançlarını yaymaz, aynı zamanda etnik, cinsel ya da ırksal olarak egemen olanın da ideolojisini korur ve yayar. İdeolojik yeniden üretime, bu sebeple sadece ekonomik boyutta bakmak, teoriyi sığlaştıracaktır.²⁵⁹

Nitekim bir ideoloji olarak heteroseksizmin yeniden üretilmesi, yukarıda yeniden üretimle ilgili el aldığım bütün açıklamalarla uyumluluk gösterir. Ama heteroseksizm, ekonomik boyuttan bağımsız bir ideolojik yapı değildir. Bir önceki bölümde belirttiğim gibi, heteroseksizme Marksist bir bakışla yaklaştığımızda topluma yeni işçilerin kazandırılması yolunda başarılı bir sistemdir.

Althusser, *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*'nda bu konuya yer verir. Althusser'in belirttiği gibi kapitalist üretimin sürebilmesi için emek gücünün de yeniden üretilmesi gerekir. Bunun için her şeyden önce işçinin kendi sağlığına dikkat etmesi gerekir. Ayrıca çocuk sahibi olarak, gelecek nesil işçileri üretmesi gerekir.²⁶⁰

²⁵⁸ Elizabeth Fraser, "Teenage Girls Reading Jackie", *Culture and Power*, edit. Paddy Scannell, Philip Schlesinger & Colin Sparks, 2.baskı, London: Sage Publications, 1994, ss.182-200

²⁵⁹ Thompson, s.95

²⁶⁰ Althusser, s.18

Nitekim daha önce Monique Wittig'in de aldığı gibi, toplumsal cinsiyet de ekonomik ilişkilerden bağımsız değildir. Ancak ne heteroseksizm ne de toplumsal cinsiyet sadece ekonomik ilişkilerle açıklanabilir.

Medya ise egemen ideolojiyi yeniden üretirken, heteroseksizmin yeniden üretimini de sağlar. Bir sonraki bölümde medyanın heteroseksist yaklaşımı irdelenmeye başlanacaktır.

4.2. MEDYADA GÖRÜNÜRLÜK VE HETEROSEKSİZMİN YENİDEN ÜRETİMİ

Bir ideoloji olarak heteroseksizmin yeniden üretilmesinde, devletin ideolojik aygıtlarından biri olan medyanın işlevi göz ardı edilemez. Medya heteroseksist anlamları tekrarlayarak bu anlamların doğallaştırılmasına hizmet eder. Doğallaştırılması demek, meşru olarak görülmesi demektir. Meşru olarak görülmesi ise mevcut durumun sorgulanmamasına yarar. Bu açıdan bakıldığında medya sayesinde meşrulaştırılan heteroseksizm, toplum tarafından kanıksanır.

Belki de bu noktada özellikle değinilmesi gereken şey, medyanın ideolojilerin idame etmesi için gereken “ikna etme” gücüne sahip oluşudur. Nitekim Althusser, sömürüye sebep olan yapıların nasıl olup da ezilenler tarafından kabul edilebildiğini anlamaya çalışırken “ikna” üzerinde durur. Althusser’e göre, ezilenin sisteme dâhil olması / sistemin yeniden üretilmesi, “ikna” vasıtasıyla gerçekleşir. Yasalar, cezalar ve zorlamalarla insan bedeni sisteme dâhil edilirken / sistemin bir parçası haline dönüştürülürken; zihnin / düşünce yapısının sisteme dâhil edilmesi ise, ikna yoluyla gerçekleşir.²⁶¹

Nitekim cinsel azınlıkların medyadaki görünürlülüğü sorununa bakıldığında, çoğu toplumda heteroseksüellik dışındaki yönelimlerin temsil edilmesi resmi olarak yasaklanmış olmamasına rağmen, toplumda egemen olan ekonomik ve sosyal ilişkilerin bu temsilleri engellediğini / sınırladığını görüyoruz. Başka bir ifadeyle, egemen ideoloji

²⁶¹ Warren Montag, **Louis Althusser**, New York: Palgrave Macmillan, 2003, ss.64-65

çoğu kez yasaklarla değil, ideoloji ile şekillenen ilişkiler ağının yarattığı ikna ortamı sayesinde yeniden üretilmektedir.

Bu duruma Robert Westerfelhaus ve Celest Lacroix da dikkat çeker. Makalelerinde belirttikleri gibi, çoğu toplumda eskiden yasalarla sınırlandırılan ya da yasaklanan cinsel azınlıkların ana-akım medyadaki görünürlülüğü, artık popüler kültürün dinamikleri tarafından sınırlandırılmaktadır. Heteroseksüellik dışındaki yönelimler ancak sınırların dâhilinde ve sınırların izin verdiği ölçüde / biçimde görünür olabilmektedir.²⁶² Bu açıdan bakıldığında medya ve popüler kültür, cinselliğe dair normların korunmasında / inşa edilmesinde, eskiden dinin ya da devletin üstlendiği “sorumluluğu” üstlenmekte; cinselliğin kontrolünü daha etkin bir biçimde sürdürmektedir.

Medyanın heteroseksizmin yeniden üretimindeki sorumluluğu, Deleuze ve Guattari’nin kapitalizm eleştirisiyle paralellik gösterir. Bu iki düşünür, birlikte kaleme aldıkları *Anti-Oedipus*’ta eskiden despotik bir biçimde kontrol altında tutulmaya çalışılan arzunun, tüketim ya da aile gibi normalleştirici kurumların alanına taşınarak, daha etkin bir şekilde kontrol altında tutulduğundan bahsederler. Hiç şüphesiz ki medyayı bu kurumlar arasında sayabiliriz.

Medya, eskiden yasaların sorumluluğunda olan kontrolü, günümüzde büyük ölçüde görünürlüğü yönetme gücüyle sürdürür. Ancak Türkiye’de arzunun / cinselliğin / cinsel azınlıkların görünürlüğünün kontrolü, henüz tam anlamıyla yasaların elinden çıkıp medyaya geçmemiştir. Medyadaki cinsel azınlıkların temsili, birçok Batılı ülkeden farklı olarak Türkiye’de halen yasalar tarafından sınırlandırılmaya / yasaklanmaya devam etmektedir.

Batılı ülkelerde ise bu kontrol medya ve medyanın içinde bulunduğu pazar koşulları tarafından sürdürülür. Bu kontrol temel olarak heteroseksüelliğin merkezileştirilmesi ve cinsel azınlıkların merkezden uzak tutulması yollarıyla gerçekleşir.

Medyanın heteroseksizmi yeniden üretirken uyguladığı en temel yöntem, cinsel azınlıkları merkezden uzaklaştırmaktır. Cinsel azınlıkların merkezden

²⁶² Robert Westerfelhaus & Celest Lacroix, “Seeing ‘Straight’ Trough Queer Eye: Exposing the Strategic Rhetoric of Heteronormativity in a Mediated Ritual of Gey Rebellion”, *Critical Studies in Media Communication*, vol.23, no.5, December 2006, s.427

uzaklaştırılmasında eşcinsellerin temsili sorunu gündeme gelir. Peter M. Nardi'nin medyadaki eşcinsellerin temsil şekillerine dair yaptığı gruplandırma, konuya ışık tutar nitelikte: 1) Açık bir biçimde homofobik, olumsuz ve stereotipik temsiller; 2) Heteroseksist ve gizli stereotipik temsiller; 3) Görünmezlik ve es geçme; 4) Makul temsiller...²⁶³

Bu gruplandırmalardan ilki olan *homofobik / stereotipik temsiller* çoğunlukla tek boyutlu, yanlı ve stereotipik temsillerdir. Kimi durumlarda heteroseksüellik dışı yönelimlere saldırma amacı taşıyan temsiller de söz konusudur. Batıda bu tarz temsiller son yıllarda gittikçe azalmıştır.

Türkiye'de ise özellikle gazetelerde bu tarz temsillere rastlamak mümkündür. Zaman zaman gazetelerde, homofobik ve transfobik yaklaşımlar sergilenir.

Günümüzde hem Batı'da hem de Türkiye'deki medyanın heteroseksist tavrı daha çok ikinci grup olan *heteroseksist ve gizli stereotipik temsiller* vasıtasıyla ortaya koyulur. Medya, cinsel azınlıklara heteroseksüel egemen bir bakışla yaklaşır. Medyanın bu yaklaşım biçimine göre heteroseksüellik dışındaki yönelimler, farklıdır / ilginçtir. Örneğin daha sonra da ele alacağım gibi, günümüzün çoğu Amerikan dizisinde eşcinseller toplumsal / kültürel merkezin dışına itilen farklı / ilginç / öteki kimlikler şeklinde kısa bir süreliğine görünür, ardından yok olurlar. Ya da dizinin kahramanları arasında bir eşcinsel varsa, onların ilişkileri / özel yaşamları, görünmezdir. Eşcinsel karakterlerin hepsi, heteroseksüellerin kabul edebileceği “sorunsuz” / “şık” örneklerdir. Her şeyden önce orta ya da üst sınıftırlar, beyazdırlar, cinselliklerinden arındırılmışlardır ve çoğunlukla erkektirler.²⁶⁴

Ellen, Will & Grace, Dawson's Creek ya da *Brothers and Sisters* gibi diziler böyle örneklerle dolu. Türkiye'nin televizyon tarihindeki tek açık eşcinsel karakteri de bu şablona uyar. *Bir İstanbul Masalı*'nın eşcinsel kahramanı Zekeriya (Emre Karayel), ekonomik olarak kendi ayakları üzerinde duran üst orta sınıf bir iş adamıdır. Sevgilisiyle olan ilişkisini kısıtlı bir biçimde görürüz. Cinselliği sadece sözel bir boyutta kalır; fiziksel bir boyuta geçemez. Ayrıca üstü örtülü / gizli stereotipik özellikleri vardır. Örneğin özel yaşamına dair tanık olduğumuz ve eşcinsel kimliğiyle bağlandırılan

²⁶³ Peter M. Nardi, “**Changing Gay and Lesbian Images in the Media**”, *Overcoming Heterosexism and Homophobia*, edit. James T. Sears, Walter L. Williams, New York: Columbia University Press, 1997, s.431

²⁶⁴ Nardi, s.434

sahnelerde sadece dekorasyonla ilgili konuşmaktadır. İş ortamında tanık olduğumuz ve hemen ardından konunun Zekeriya'nın eşcinselliğine bağlandığı sahnede ise, Zekeriya patronunun kravatında kalan saç telini alır. Bu konuda takıntılıdır ve alt metinde bu takıntısı eşcinselliğiyle bağlandırılmıştır. Titizliği, şık giyimi, dekorasyon tutkusu ya da dizideki heteroseksüel erkeklerde görmediğimiz tarzda takıntıları onun gizli stereotipik özellikleridir.

Tüm dünyadaki ana-akım medyada, cinsel azınlıkların yaşamaya devam ettiği en büyük sorun *görünmezlik* sorunudur. Televizyonlar, eşcinsel içerikli yapımlara “tartışmalı” olduğu / tepkiyle karşılanacağı gerekçesiyle yer vermeyi reddeder. Bu durum kimi zaman cinsel azınlıklara yönelik haber niteliği taşıyan gelişmelerin / olayların gündeme taşınmamasına kadar varabiliyor. Örneğin 1994 yılında New York'ta düzenlenen “Gay Games” (Eşcinsel Oyunları) Amerika'daki en büyük amatör spor müsabakalarından biri olmasına rağmen, hiçbir haber programının spor kuşağında yer almamıştır. Benzer bir biçimde günlük yaşamı konu alan televizyon programlarının hiçbirisinde cinsel azınlıklar yaşamın bir parçası olarak yer almazlar. Ancak günlük / alışagelmış akışı değiştiren durumlarda cinsel azınlık mensupları konu olurlar. Heteroseksüellik dışındaki kimliklerin bu görünmezliğine karşılık, özellikle gündüz kuşakları heteroseksüellerin ilişkileriyle, cinsellikleriyle, tutkularıyla doludur. Daha önce belirtildiği gibi, örneğin eşcinseller televizyon programlarına katılsalar bile; onların ilişkilerini göremeyiz. Çoğunun politik bir tavrı yoktur ve hepsi cinselliklerinden arındırılmıştır.²⁶⁵

Bütün bunların yanı sıra medya kimi zaman sınırlı da olsa cinsel azınlıkların *makul temsillerine* yer verebiliyor. Üstelik Batı'da adil temsillerin sayısı gün geçtikçe artıyor. Bunda özellikle Batı'da güçlü olan eşcinsel pazarının ve bu pazara yönelik medyanın da etkisi var. Çünkü ana-akımı hedefleyen reklam verenler bu hedef kitleye yönelik mecraları da kullanmaya başlamıştır. Reklam verenlerin ana-akım medyadaki eşcinsel içerikleri desteklemeye şevkli olmasıyla birlikte makul temsillerin sayısının artacağı düşünülebilir. Ayrıca özellikle bağımsız sinemada, başkahramanı eşcinsel olan birçok film çekilmektedir.²⁶⁶

²⁶⁵ Nardi, s.436

²⁶⁶ Nardi, s.438

Söz konusu makul temsillerin ortaya çıkışı, kimi zaman ilerleyen, kimi zamansa gerileyen bir sürecin ürünüdür. Hatta ana-akım medyadaki makul temsillerin epey yeni olduğunu söylemek de mümkün. Örneğin Amerikan kitle iletişim araçlarının tarih içinde cinsel azınlıkları konu etme biçimlerine baktığımızda, durumun uzun zaman pek de iç açıcı olmadığını görürüz.

Amerika'daki modern eşcinsel özgürleşme hareketinin başladığı 50'li yıllarda ana-akım medya, gelişmeye başlayan eşcinsel örgütlere ve eşcinsel alt kültürüne çok sınırlı ve sorunlu bir bakış açısı sergiliyordu. Eşcinseller ana-akım medyada sadece, o dönem hiç eksik olmayan polislerin gey barlara düzenledikleri baskınlarla konu oluyorlardı. Tabii bu olaylar heteroseksist nefreti kusarcasına medyada konu ediliyordu. Çoğu gazete manşetlerinde yine “sapıkların” bir barda basıldıklarını duyuruyordu.²⁶⁷

Amerikan medyasının o dönemdeki olumsuz yaklaşımına karşılık, yine o dönemde ilk eşcinsel içerikli dergiler çıkmaya başladı. Bu dergiler, 50'li yıllarda kurulan ilk derneklerle birlikte ortaya çıkmıştı. *Mattachine Review*, *Ladder* ve *ONE*, Amerika'da yayımlanan ilk eşcinsel içerikli dergilerdi. Bu dergiler az basılıyor, elden ele dağıtılıyordu. John D'Emilio, az basılmasına ve sınırlı dağıtılmasına rağmen, bu dergilerin eşcinsellerin kendilerine güvenmelerinde önemli bir yere sahip olduğuna dikkat çeker. 60'lı yıllardan itibaren, önceden sadece gey barların basılmasıyla konu olan eşcinsellerin yaşamları, ana-akım gazete, dergi ve televizyonda zaman zaman yer almaya başladı. Ancak içerikler oldukça olumsuzdu. Katılımcılar genelde kameraya ters oturtuluyor ya da gölgede bırakılıyorlardı. Televizyonlarda / ana-akım medyada yer almalarına rağmen hâlâ görünmezler.²⁶⁸

Time dergisinin 21 Ocak 1966 tarihli sayısında yayımlanan bir makale, o dönemin eşcinselliğe bakışını özetler nitelikteydi. *The Homosexuals in America* başlıklı makaleye göre eşcinsellik, bir gelişim bozukluğu, yanlış öğrenme ve hayatın sorumluluklarını üstlenmeyi reddetme biçimiydi. Time, eşcinselliği gerçeklikten kaçmaya çalışan acınacak bir durum olarak gösteriyordu. Ancak söz konusu makale, eşcinsellere karşı şiddeti yanlış buluyordu. Eşcinsellik merhameti, hatta mümkünse tedavi edilmeyi hak ediyordu. Ancak hiçbir şekilde çekici hale getirilmemeliydi;

²⁶⁷ Marcus, s.22

²⁶⁸ D'Emilio, *Making Trouble*, s.226

desteklenmemeli, haklı görülmemeli ya da azınlık olduğu için ezilen olduğu bağlamına taşınmamalıydı.²⁶⁹

Amerikan televizyonculuğunda eşcinsel görünürlüğü, özellikle 70'lerdeki izleyici sayısındaki hızlı yükselişle paralel olarak artmıştır. ABC kanalında 1972 yılında yayınlanan *That Certain Summer*, televizyonda yaşanan değişimin ilk önemli örneğidir. Filmde karısından ve çocuğundan ayrılarak sevgilisiyle yaşamaya karar veren bir eşcinselin öyküsü anlatılır. Her ne kadar sevgilisiyle olan ilişkisine hiç yer verilmese de, bu karakter daha önceki stereotipik ve marjinal örneklerden önemli ölçüde ayrılmaktaydı.²⁷⁰

Elbette bu güçlü değişim, medyanın gönlünden öyle geçiyor diye gerçekleşmedi. "The National Gay Task Force" (NGTF) gibi yeri geldiğinde geniş çaplı eylemler düzenleyerek medyanın tavrını protesto eden dernekler, o dönemdeki değişimin gerçekleşmesinde etkili olmuştur. Nitekim ABC'de yayınlanan bir tıp programı olan Marcus Welby'nin bir bölümünde eşcinsellik tehlikeli bir hastalık ve eşcinseller çocuk tecavüzcüleri olarak gösterildiğinde, NGTF geniş çaplı bir kampanya yürütmüştür. Bu kampanya öyle etkili olmuştur ki, reklam verenler reklamlarını programdan çekmek zorunda kalmıştır.²⁷¹

Bunda büyük ölçüde Stonewall İsyanı'nın getirdiği değişim de etkiliydi. Nitekim Stonewall İsyanı öyle güçlü / öyle yüreklendiriciydi ki, bir protestocu Amerikan TV kanalı CBS'in akşam haberlerinde seti basarak, televizyondaki önyargılı ve taraflı tutumu protesto etmiştir. Gazeteler ve dergiler de tutumlarını yavaş yavaş değiştirmek zorunda kaldı. Örneğin o tarihe kadar hiçbir gazete ya da dergi, içinde "homoseksüel" ya da "gey" kelimeleri geçen reklamları yayımlamayı kabul etmiyordu. Ancak *Los Angeles Times* ve *New York* gibi süreli yayınlar cinsel azınlıkların hedefi olunca, basın dünyası bu politikasını değiştirmek zorunda kalmıştır.²⁷²

Özellikle NGTF'nin medyaya yönelik izlediği strateji hem çok başarılı, hem de televizyonlardaki yanlış temsillerin engellenmesi ya da düzeltilmesi adına önemliydi. NGTF'nin Marcus Welby kampanyasından sonra düzenlediği bir diğer önemli

²⁶⁹ Marcus, s.76

²⁷⁰ Fred Fejes, Kevin Petrich, "Invisibility, Homophobia and Heterosexism: Lesbians, Gays and the Media", *Critical Studies in Mass Communication*, (December 1993), s.400

²⁷¹ Fejes & Petrich, ss.400-401

²⁷² Marcus, s.122

kampanya NBC’de yayınlanan *Police Woman* isimli dizinin bir bölümündeki sorunlu lezbiyen temsiline yönelikti. NBC, dizinin yapımcısı Columbia Pictures’a o karakterin yer aldığı bölümleri geri gönderip düzelttirmiştir. Hatta daha sonra çeşitli yapım şirketleri, temsillerin sorunlu olmaması için önceden eşcinsel inisiyatifleriyle görüşmeye başlamıştır.²⁷³

Ana-akım medyadaki görünürlüğün geçirdiği bu değişim, Amerika’da 70’li yıllarda güçlenen eşcinsel özgülleşme hareketinin bir sonucuydu. Ancak bu yeni görünürlüğün belli kuralları vardı. Öncelikle karakterlerin eşcinsellikleri dizilerin / programların hiçbir şekilde ana bileşeni olamazdı. Sadece bir iki defa değinilen bir detay olarak kalmalıydı. Hatta karakterlerin eşcinselliği çözülmesi gereken bir sorun olarak gösterilmeliydi. Elbette bu sorun, eşcinsel varoluşunun heteroseksüeller üzerinde yarattığı bir sorun olmalıydı. Eşcinsel karakterin toplumdaki ayrımcılık ortamından dolayı yaşadığı sorunlara yer yoktu. Gey ve lezbiyen karakterler normları tehdit ettiği için, varlıkları heteroseksüel egemen dünyada kimi zaman küçük, kimi zamansa büyük sarsıntılara sebep olmalıydı. Ayrıca eşcinseller kendi toplulukları / alt kültürleri içinde gösterilmemeliydi. Onlar televizyonun temelini oluşturan heteroseksüel dünyanın bir parçası olarak kurgulanmalıydı; bu dünyadan bağımsız olarak gösterilmemeliydi. Nihayet bu diziler, televizyon filmleri ya da programlar heteroseksüeller için hazırlanıyordu; dolayısıyla heteroseksüelleri rahatsız edecek, riskli temsillere hâlâ yer yoktu.²⁷⁴

Bu açıdan bakıldığında 70’li yıllar öncesindeki temsilleri Nardi’nin gruplandırmasında *homofobik temsiller* şeklinde yorumlamak mümkün. Bu durumda 70’li yıllardan itibaren değişen temsil biçimleri ise, *heteroseksist / gizli stereotipik temsillerdir*.

Amerikan medyasında 70’li yıllarla birlikte gelen değişim ortamı 80’lerdeki AIDS vakalarının patlak vermesiyle birlikte duraklamıştır. Bu dönemde heteroseksüellik dışındaki kimlikler, AIDS’le bağlantılı bir biçimde haber olmaya başladı. Bu elbette sorunlu bir yaklaşımdı. Üstelik AIDS’in eşcinsellikle birlikte anılması, muhafazakâr kesimin işine geliyordu. Ancak ilginçtir ki, AIDS’le beraber

²⁷³ Fejes & Petrich, s.401

²⁷⁴ Bonnie J. Dow, “**Ellen, Television, and the Politics of Gay and Lesbian Visibility**”, *Critical Studies in Media Communication*, vol.8, no.2 (June 2001), ss.129-130

eşcinselliğin anılması, basın çalışanları arasında daha önce kimliklerini gizleyen lezbiyen ve geylerin kimliklerini açıklamaya başlamasına sebep oldu. “The American Society of Newspaper Editors”un 1990’da çıkardığı raporda gey ve lezbiyen gazetecilerin sorunlarından bahsediliyordu. Hatta rapor kapsamında haberlerdeki homofobinin önlenmesine yönelik eğitim yapılmasına değiniliyordu. Nitekim bu rapor, birçok gazetenin konuya daha duyarlı yaklaşmasında etkili olmuştur.²⁷⁵

AIDS ve muhafazakâr kesimlerin homofobik kampanyaları 70’li yıllarda ana-akım medyada başlayan hızlı değişimi yavaşlatmıştı. Ancak heteroseksüellik dışındaki yönelimler ve kimlikler kimi kablolu kanallarda kısmi bir biçimde görünür olmaya devam etmiştir. 90’larda da devam eden bu kısmi görünürlük, cinsel azınlıkların heteroseksüellerin gözünden görünüşüdür. Eşcinsellere ve biseksüellere, dışarıdan / heteroseksüellerin gözünden bakılır. Cinsel azınlık mensupları heteroseksüel dünyanın çevresinde dönerler ve asla tek başlarına var olamazlar. Buna karşılık 90’lı yıllarda *Seinfeld* gibi diziler, başta evlilik dışı ilişkiler olmak üzere, heteroseksüel ilişkilerdeki tabuları yıkan cesur konulara yer vermektedir. Ancak eşcinsel, biseksüel ve transseksüel bireylerin cinsellikleri, aşkları ya da sorunları görünmez olmaya devam etmekteydi.²⁷⁶

Amerika’daki eşcinsel, biseksüel ve transseksüel hareketin güçlenmesiyle paralel olarak, bu harekete karşı, cinsel azınlıkların hak edinmelerine karşı çıkan muhafazakâr bir hareket de gittikçe güçlenmeye başladı. Bu sebeple medyadaki görünürlük meselesi her zaman önemli bir tartışma konusu oldu. Bu tartışmalarda eşcinselliğin seçim mi, yoksa yönelim mi olduğuna dair bilimsel çalışmaların medyada yer alması, her zaman için bir gerilim yaratmıştır.

Eşcinselliğe dair biyolojik açıklamalar getiren araştırma sonuçları Amerikan basınında yer aldığı anda, bir tartışma ortamının doğmasına sebep olmaktadır. Bu tarz haberler biyolojik / seçim tartışmalarını alevlendirmektedir. Diğer bilimsel araştırmaların medyada yer almasından farklı olarak, bu araştırmaların sonuçlarına yer veren bilim gazeteciliği objektif kalamayıp yorumlara ve bu araştırmaların siyasal yansımalarına da yer vermektedir. Ancak ABD’deki araştırmaların gazetelerde

²⁷⁵ Fejes & Petrich, s.404-405

²⁷⁶ Fejes & Petrich, s.402

yayımlanış şeklinden farklı olarak Türkiye’de bu tarz araştırmalara yer verilirken işin politik ve toplumsal yansımaları çoğu zaman es geçilir.

Sarah A. Wilcox’un dikkat çektiği gibi, eşcinselliğin biyolojik kökenli mi yoksa seçim mi olduğu tartışmaları 90’lı yıllardan itibaren Amerikan medyasında sık sık yer almıştır. Bu tartışma, eşcinsel, biseksüel ve trans bireylerin özgürlüğünü destekleyen ya da bu özgürlüğe karşı çıkan muhafazakâr kesimin arasındaki tartışmaya denk düşmektedir. Biyolojik kökenli olduğunu savunanlar, cinsel azınlık mensuplarının özgürlüklerine sıcak bakanlardı. Buna karşı çıkanlar ise, bunun bir seçim olduğunu öne sürüyordu. Ancak kurnaz bir biçimde, cinsel yönelimlerin doğuştan geldiğini / biyolojik olduğunu savunanlar, bunun bir Tanrı vergisi olduğunu da söyleyerek tartışmaya katılıyor; böylece muhafazakâr kesimin düşüncelerini çürütmeye çalışıyorlardı.²⁷⁷ Wilcox’un belirttiği gibi, eşcinselliğin biyolojik temelli olduğuna dair haberler, medyayı bilim, cinsel azınlık toplulukları, muhafazakâr gruplar ve kitle iletişim kurumlarından oluşan bir tartışma alanına itmektedir.²⁷⁸

Amerika’daki modern mücadelenin 50’li yıllarda başlamasına ve 70’li yıllara gelindiğinde epey güçlenmesine rağmen, kamuoyunun medyada heteroseksüellik dışındaki yönelimlerin görünürlüğüne dair düşünceleri, 90’lı yıllara gelindiğinde hâlâ oldukça olumsuzdu. New York Times tarafından 1993 yılında düzenlenen bir ankete göre, ankete katılanların yarısından fazlası eşcinselliği hâlâ ahlaksızlık olarak niteliyordu. Üstelik heteroseksüelite dışındaki yönelimlerin illegal olarak kabul edilmesi gerektiğini savunuyorlardı. Ezici bir çoğunluk ise, çocuklarının televizyonda heteroseksüellik dışındaki yönelimlere dair konuları izlemelerine karşı çıktıklarını söylüyordu.²⁷⁹

Ancak 90’lardan itibaren ünlülerin ardı ardına eşcinsel kimliklerini kamuoyuyla paylaşmaları, medyadaki heteroseksüellik dışındaki yönelimlerin / özellikle de eşcinselliğin, görünürlüğünü artıran bir etken oldu.²⁸⁰ Nitekim 90’ların sonuna doğru Amerikan medyasında önemli bir kırılma yaşandı. Amerikan TV kanalı ABC’de yayınlanan *Ellen* isimli dizinin hem yaratıcısı hem de başrol oyuncusu Ellen

²⁷⁷ Sarah A. Wilcox, “Cultural Context and Conventions of Science Journalism: Drama and Contradiction in Media Coverage of Biological Ideas about Sexuality”, *Critical Studies in Media Communication*, vol.20, no.3 (September 2003), s.232

²⁷⁸ Wilcox, s.241

²⁷⁹ Fejes & Petrich, s.409

²⁸⁰ Nardi, s.346

DeGeneres'in eşcinsel kimliğini açıklaması, kamuoyunda büyük yankı uyandırmıştı. Üstelik Ellen Degeneres'in dizide oynadığı Ellen karakteri de, Degeneres'in açılmasıyla paralel bir zamanda lezbiyen kimliğini keşfetmişti. *Ellen* önemli bir kırılmaydı; nitekim kısa bir süre sonra başrol oyuncusu açık bir biçimde eşcinsel olan başka diziler de ekranlarda görülmeye başlandı. *Ellen*'in açtığı yoldan *Will and Grace* ve daha sonra da *Dawson's Creek* ilerleyecekti.

Bonnie J. Dow, Ellen Degeneres'in ve dizideki karakter Ellen Morgan'ın kimliklerini açıklamalarının yarattığı etkinin, zamanında *The Cosby Show*'un yarattığı etkiye benzediğini belirtir. *The Cosby Show*'un ırkçılıktaki bir kırılmayı yansıtması gibi, Ellen da heteroseksizm ve homofobideki bir kırılmayı yansıtıyordu.²⁸¹

Ellen, Amerikan televizyon tarihinde / bir ana-akım medyada / üstelik “primetime” kuşağında yayınlanan bir dizide, başkahramanın eşcinsel olmasından ötürü devrimci bir niteliğe sahiptir. Daha önceki dizilerde ve televizyon filmlerinde böyle bir örnek yoktu. Üstelik dizide Ellen'in kimliğinden dolayı yaşadığı kargaşa ve sorunlar da konu edilmişti. Dizi, heteroseksist sistemde bir eşcinselin yaşadığı sorunları sınırlı ve yüzeysel bir biçimde de olsa ele alarak, baskılara ve zorluklara gönderme yapıyordu; bu Amerikan televizyon izleyicisinin daha önce seyretmediği / tanık olmadığı bir şeydi.²⁸²

Ellen devrimci bir dizi olmasına rağmen, birçok açıdan kendinden önceki temsil kurallarından kopamamıştı. Her ne kadar ayrımcılık meselesine gönderme yapsa da, bu meseleler zekice kişisel meselelere indirgenerek geçirtilmiştir. Sorunlara kişisel mesele düzeyinden bakıldığı için, ayrımcılığa yönelik yasal düzenlemelerin eksikliğine dair hayati derecede önemli konulara değinilememiştir. Bu eksikliği gündeme getirebilecek konular çeşitli manevralarla devre dışı bırakılmıştır. Örneğin Ellen, patronu kimliğini öğrendiğinde işten atılmaz. Eğer atılsa, dizinin gösterimde bulunduğu dönemde eşcinsellerin kimliklerinden dolayı işlerinden atılabildiği gerçeği gündeme taşınmış olacaktır. Bunun yerine patronuyla yaşadığı sorundan ötürü istifa eder. Patronu ise lezbiyenliğini sorun ettiğini doğrudan söylemez, dolaylı bir biçimde çocuklarını Ellen'dan koruyamamaktan korktuğunu belirtir. (Ellen aynı zamanda patronunun çocuklarına bakmaktadır.) Üstelik Ellen, patronunun bu dolaylı bir biçimde gösterilen

²⁸¹ Dow, s.128

²⁸² Dow, s.131

homofobik tavrına üzülmek yerine, çok sevdiği patronuyla aralarındaki ilişkinin bozulmasına üzüdür.²⁸³

Bu açıdan bakıldığında Ellen, kendinden önceki örneklerde olduğu gibi, ayrımcılığı konu edinmekten kaçınmaktadır. Konu edinse bile bunu, kişisel meselelere çevirerek uzatmaz. Ellen'in açılması, Ellen'a tam bir özgürlük sağlayamaz. Tıpkı Foucault'nun dediği gibi "İtiraf bir iktidar sisteminden uzaklaştırıp başka bir iktidar ağının içine sokar" bireyi. Benzer bir biçimde Ellen'ın kimliğini itiraf etmesiyle birlikte cinselliği artık sır olmaktan çıkar. Ancak bu sefer sır olan / görünmez olan Ellen'ı çevreleyen homofobi ve heteroseksizmdir. Dow'un belirttiği gibi eğer tek sorun görünür olmaksı *Ellen* bunu başarır. Ellen'ın heteroseksist baskıyı gündeme getirmekten kaçınan görünürlüğü, heteroseksist medyanın kabul edebileceği şekildedir.²⁸⁴

Ellen'dan sonra, Amerikan izleyicileri başkahramanı eşcinsel olan başka bir diziyi seyretmeye başladı. NBC'de 1998'de yayınlanmaya başlanan *Will and Grace*'in Will'i, eşcinsel bir avukattı. Evini, aynı zamanda en yakın arkadaşı olan Grace'le paylaşmaktaydı. Dizide ayrıca başka bir eşcinsel karakter; Jack yer alıyordu.

Will and Grace, hem yüksek bir izlenme oranını yakalamış, hem de birçok ödüle layık görülmüştü. Ayrıca NGTF'nin günümüzdeki uzantısı olan ve medyadaki eşcinsel temsillerini takip eden Gay and Lesbian Alliance Against Defamation (GLAAD) tarafından, birbirinden farklı iki eşcinsel karaktere yer verdiği için takdir edilmişti. *Will and Grace*'in medyadaki heteroseksizme karşı belki de başarısı buydu: Önceki tek-tip eşcinsellerden farklı olarak birbirinin zıttı iki eşcinsel tiplemesine yer verebilmesiydi. Ancak *Will and Grace*, tipik/klişe durum komedi kalıplarına başvurarak Jack üzerinden efemeni eşcinselliği güldürü unsuruna dönüştürmekten geri kalmamıştır. Bu haliyle kendinden önceki durum komedilerinde görünen efemine karakterlerin, efemineliğini güldürü unsuruna dönüştürme şablonunu kullanır.²⁸⁵

Will and Grace'e en sık getirilen eleştiri Will'in cinselliğinden arındırılmış olmasıdır. *Heteroseksist / gizli stereotipik temsillerde* eşcinseller başkahraman olsalar bile, cinselliklerini yaşayamazlar. Will bu açıdan bakıldığında tipik bir heteroseksist /

²⁸³ Dow, s.133

²⁸⁴ Dow, s.135-136

²⁸⁵ Kathleen Battles & Wendy Hilton-Morrow, "Gay Characters in Conventional Spaces: Will and Grace and the Situation Comedy Genre", *Critical Studies in Media Communication*, vol.19, no.1 (March 2002), s.89

gizli stereotipik temsil örneğidir; hem cinselliğinden tamamen arındırılmış, hem de heteroseksüel izleyicilerin bir kahraman olarak kabul edebileceği şekilde şık, kendi ayakları üzerinde duran, orta sınıf ve beyaz bir erkektir. Ayrıca Jack’le karşılaştırıldığında kahramanlığına hanel getirecek derecede “gülünç” bir “kadınsılığı” da yoktur. Üstelik Will’i daha çok bir kadınla (Grace’le) görürüz. Bu haliyle neredeyse heteroseksüeldir.

Nitekim diziye getirilen eleştirilerden bir diğeri de Will’in *heteroseksüelleştirilmesine* yöneliktir. Will ve Grace, çoğunlukla bir heteroseksüel çift gibi gösterilir. Will ve Grace’in karşılığında ise Jack ve Karren yer alır. Böylece toplumsal cinsiyetin yarattığı ve heteroseksizmin beslendiği ikili mantık tekrarlanmış olur. Will ve Grace’in ilişkileri çoğu kez romantik alt anlamlar da içerir. Ayrıca Will’in Grace’le olan duygusal ve fiziksel (Kimi zaman aynı yatakta yatarlar, öpüşürler, kucaklaşırlar) yakınlığını bir erkekle, örneğin dizideki diğere eşcinsel karakter Jack’le göremeyiz. Hatta Will ve Jack arasında yaklaşma potansiyeli taşıyan kimi durumlarda karakterlerin verdikleri tepkiler, daha önce popüler kültürde sıklıkla görülen iki erkek arasındaki yaklaşma fikrine verilen homofobik tepkilere çok benzemektedir.²⁸⁶

Helene A. Shugart, gey karakterlerin *heteroseksüelleştirilmesinin*, günümüz popüler kültüründe sıklıkla kullanılan bir formül olduğunu söyler. Bu durum, eşcinsel erkek ve heteroseksüel kadın ikiliği üzerinden işlenir. *Will and Grace*’in yanı sıra, sinemada *My Best Friend’s Wedding*, *The Next Best Thing* ya da *Objection of My Affection* da bu formülü kullanmıştır. *Will and Grace*’in yanı sıra bu filmlerde de gey karakterler ile heteroseksüel karakterler arasında çok yakın ilişkiler vardır ve bu ilişkilere çoğu kez romantik anlamlar yüklenir. Öyle ki kadın adama âşık olur (*Objection of My Affection*), yatar ve çocuk sahibi olurlar (*The Next Best Thing*) ya da aynı yatağı paylaşırlar (*Will and Grace*). Ayrıca bu filmlerdeki ve dizideki eşcinsel erkeklerin hepsi “şık” ve “maskülen”dir. Bu onların heteroseksüelleştirilmelerini kolaylaştırır. Böylece romantik alt-anlam güçlenmiş olur.²⁸⁷

Gey karakterlerin heteroseksüelleştirilmesinde mutlaka uygulanan taktiklerden biri, kahramanın efemine olmadığını ya da zihinlerdeki “kötü” eşcinsel imajının dışında

²⁸⁶ Battles & Hiton-Morrow, ss.93-95

²⁸⁷ Helene A. Shugart, “**Reinventing Privilege: The New (Gay) Man in Contemporary Popular Media**”, *Critical Studies in Media Communication*, vol.20, no.1, ss.71-72

olduğunu bir şekilde vurgulamaktır. *Will and Grace*'teki Jack karakterin işlevi biraz da Will'in heteroseksüelleştirilmesini kuvvetlendirmektir. Jack'in stereotipik eşcinsel özelliği üzerinden, Will'in “o biçim” bir eşcinsel olmadığını öğreniriz. Bu sayede Grace'le olan ilişkisine romantik alt anlam yüklememiz kolaylaşır. Başka bir ifadeyle ekranlarda görmeye alışkın olduğumuz heteroseksüel ilişkilere yakın bir şey izlediğimiz için rahatsız olmayız.²⁸⁸

Yukarıdaki eleştiriler dikkate alındığında medyadaki olumlu gibi görünen değişimlere temkinli yaklaşmak gerektiğini görüyoruz. Nitekim “olumlu” çağa ve koşullara göre değişebiliyor. Örneğin 60'lı yılların Amerikan medyasındaki heteroseksüellik dışı temsiller, o dönem için çığır açıcı görülüyordu. Oysa bugün o temsillerin olumsuz içerikli olduğu düşünülüyor. Benzer bir biçimde bugünkü temsillere baktığımızda olumlu gibi görünen cinsel azınlık görünürlüğü, aslında heteroseksüellerin ayrıcalıklarını tehdit etmemesi için sınırlandırıldığını / daraltıldığını görüyoruz. Her şeyden önce cinsel azınlıkların görünürlüğü, heteroseksüellerin tehdit olarak algılamayacakları derecede cinselliklerinden arındırılmış durumdadır.²⁸⁹ Bir başka ifadeyle, heteroseksüellik dışındaki yönelimlere ait tüm farklılıklar, mümkün olduğunca minimize edilmektedir. Böylece bu kimlikler törpülenerek, kabul edilebilir bir şekil almaktadır. Ayrıca heteroseksüellik dışındaki yönelim ve kimlikler arasında sadece eşcinselliğin, birkaç örnekte de biseksüelliğin görünür olmaya başladığını görüyoruz. Diğer kimlikler Türkiye'de olduğu gibi Batı'da da görünmez kalmaya hâlâ devam ediyorlar.

Steven Seidman, son dönem Amerikan medyasındaki eşcinsel görünürlüğüne “hastalıklı”dan, “normal”e dönüştüğünü söyler. Bu dönüşüm aynı zaman *homofobik temsillerden*, *heteroseksist temsillere* yönelik bir dönüşümdür. Bu temsiller, medyadaki “normal” heteroseksüelliğin psikolojik ve ahlaki dengi sayılabilecek derecede “tamamlanmış” ve “bütün”dürler. Bu denkligi sağlayabilmek için, her şeyden önce ekonomik anlamda özgürlüklerini ellerinde tutmaları gerekir. Hepsi milliyetçi, aile değerlerini savunan, toplumsal cinsiyet kalıplarına uyan ve cinselliği / aşkı, evliliğe ya

²⁸⁸ Shugart, ss.76-80

²⁸⁹ Nardi, s.430

da evlilik benzeri ilişkilere bağlandıran karakterlerdir.²⁹⁰ Ayrıca heteroseksüellerin dengi sayılabilmeleri için özel yaşamlarından da mümkün mertebe arındırılırlar.

Ana akım medyada görünür olabilmek, her zaman beraberinde egemen kültürel söylemlere uymak zorunluluğunu da doğurmuştur. Nitekim görünür olmak, egemen heteronorm sınırları içine girmek demektir. Bu noktada *Bir İstanbul Masalı*'ndaki Zekeriya, ancak heteroseksizmin sınırlarına tehdit oluşturmadığı sürece var olabilmektedir. Aynı durum *Will and Grace*'in Will'i için de geçerli. Bu sebeple söz konusu karakterler medyada görünür olma kalıplarını / koşullarını tamamen kıramazlar.²⁹¹

Türkiye'de açık bir eşcinsel karakterin televizyon dizilerinde yer alabilmesi 2000'li yılları buldu. Üstelik bu karakterin açtığı yoldan yeni örnekler henüz gelemedi. Ancak Amerikan televizyonlarında eşcinsellik 70'li yıllardan beri öyle ya da böyle işlenmektedir. Amerikan medyasında sadece dizilerde değil, ama aynı zamanda yarışma programlarında da cinsel azınlıklara rastlamak mümkün. Dizilerde kurgusal eşcinseller yer alırken, yarışma programlarında “gerçek” eşcinseller yer alır. İlk elden heteroseksüeller dışındaki kimliklerin görünür olması açısından önemlidir bu.²⁹²

Amerikan televizyonları özellikle 2000'li yıllardan itibaren cinsel politikalar adına çılgır açıcı yarışmalara tanık oldu. Bu yarışmalardan biri 2003'te gösterime giren *Boy Meets Boys*, diğeri ise 2004'te gösterime giren *Playing It Straight*'ti.

Her iki yarışmanın mantığı ufak farklılıkların dışında aynıydı. *Boy Meets Boys*'da gey olan bir yarışmacı, ona talip olan 15 erkek arasından birini seçecekti. Ancak yarışmacı, talipler arasında heteroseksüellerin de olduğunu bilmiyordu. Eğer seçtiği kişi heteroseksüel çıkarsa, heteroseksüel olan para ödülünü alacaktı. Eğer bir eşcinseli seçerse, o zaman para ödülünü hem yarışmacı hem de ona talip olan alacaktı.

Playing It Straight'te ise yarışmacı bir heteroseksüel kadındı. Yarışmacının ona talip olan erkekler arasından doğru kişiyi seçmesi gerekiyordu. Çünkü taliplerin arasında eşcinseller de vardı. Eğer eşcinseli seçerse para ödülü eşcinselle gidecek ve yarışmacı kaybedecekti. Eğer heteroseksüeli seçerse, o zaman parayı paylaşacaklardı.

²⁹⁰ Akt. James Joseph Dean, “Gays and Queers: From The Centering to the Decentering of Homosexuality in American Films”, *Sexualities*, vol.10, no.3, s.364

²⁹¹ Battles & Hiton-Morrow, s.101

²⁹² Jeffrey A. Bennett, “In Defense of Gaydar: Reality Television and the Politics of the Glance”, *Critical Studies in Media Communication*, vol.23, no.5 (December 2006), s.408

Her iki yarışma da özellikle stereotiplerin kırılması / sorgulanması adına önemli potansiyelleri barındırıyordu. Her şeyden önce eşcinsel ve heteroseksüel erkekler için atfedilen kültürel kodlar yarışmada işe yaramıyordu. Hatta erkekler arasında genelde “en efemine” olarak adlandırılacaklar heteroseksüel çıkarken, “en maskülenler” eşcinsel çıkıyordu.²⁹³

Bu çılgır açan dizilerin yanı sıra Amerika’da 2003 yılında gösterime giren ve yüksek izleyici oranlarını yakalayan *Queer Eye for the Straight Guy* (daha sonra *Queer Eye* olarak kısaltıldı) medyada heteroseksüellik dışındaki kimliklerin görünürlüğü adına bir diğer önemli adımdı.

Queer Eye’da her biri bir alanda uzman (Moda, kişisel bakım, ilişkiler, dekorasyon ve yemek) beş eşcinsel erkek, hayatı karmaşıklaşmış bir heteroseksüel erkeğin hayatına bir günlüğüne giriyor ve onu baştan yaratıyorlardı. Günün sonunda çoğunlukla bu heteroseksüel erkeğin sevgilisi, bütün bu değişimleri görünce şaşırıyor / mutlu oluyordu. Bu açıdan bakıldığında zaman zaman televizyonlarda karşılaştığımız “bir günlüğüne hayalleri gerçek kılan” programlardan biriydi bu.

Program her ne kadar eşcinsel erkeklere yüklenen kendine bakmak / modadan anlamak / ince zevk sahibi olmak gibi stereotipik kalıpları yeniden üretse de, birçok açıdan yenilikçiydi. Her şeyden önce bu beş eşcinsel, kimlikleriyle barışıktılar. Daha da önemlisi program, eşcinsel erkeklerin heteroseksüel erkeklerle işbirliği içine girebileceklerini / dost olabileceklerini gösteriyordu. Bu daha önce televizyonlarda gösterilmeyen bir durumdu. Ancak bu önemli değişikliğe rağmen Westerfelhaus ve Lacroix’nın dikkat çektikleri gibi, programın merkezi eşcinseller değil, heteroseksüel erkeklerdi. Heteroseksüel erkeğin hayatı, ilişkileri, kaygıları, aşkları ve cinsellikleri merkezdedir; eşcinsellerin değil. Eşcinseller, heteroseksüel erkeğe yardım etme / hizmet etme bağlamında var olabilmektedir.²⁹⁴

Programda eşcinseller, heteroseksüellerin hayatına kısa bir süreliğine ve çoğunlukla heteroseksüellerin ilişkilerini kutsamak adına girerler. Buna karşılık sunucuların ilişkilerine, özel yaşamlarına dair hiçbir şey bilmeyiz. Cinsellikleri tıpkı daha önce yer verdiğim *heteroseksist / stereotipik temsillerde* olduğu gibi sınırlandırılmış / dizginlenmiştir. Program boyunca çeşitli homoerotik göndermeler

²⁹³ Bennett, s.410

²⁹⁴ Westerfelhaus & Lacroix, s.431

yapılsa da; bu göndermeler espri olarak algılanır / ciddiye alınmaz. Cinsellikleri aslında Türkiye’de görmeye alışkın olduğumuz bir biçimde söze; o da ciddi olmayan, dolayısıyla risk taşımayan şaka bağlamına dayalıdır. Asla fiziksel bir boyut taşımaz. Buna karşılık programın merkezinde yer alan heteroseksüel erkeklerin fiziksel cinselliklerine dair bir yığın şey öğreniriz. Çekmecelerden prezervatifler, porno dergileri çıkar; cinsel yaşamlarından bahsedilir... Ancak eşcinsel sunucuların cinsel yaşamlarına dair hiçbir şey öğrenemeyiz. Özel yaşamlarına dair en ufak bir ipucu yoktur.²⁹⁵ Bunlar dikkate alındığında kimlikleri, heteroseksüellerle karşılaştırıldığında yüzeysel / tek boyutludur.

Bir diğer önemli nokta ise, programın eşcinsellerin heteroseksüellerin hayatına kısa bir süreliğine girip tekrar kendi hayatlarına çekilmeleri fikrine dayalı yapısıdır. Böylece heteroseksüel ve eşcinsellerin bir araya gelmesi, belirli koşullara bağlanmıştır. Başka bir ifadeyle, sadece bu koşullar dâhilinde eşcinseller ana-akım kültürde yer alabilirler.²⁹⁶ Ana-akım kültür / kültürel merkez ise sadece heteroseksüellere ait kalmaya devam eder.

Bu biraz Simone de Beauvoir’ın eleştirisine benzer. De Beauvoir, kadınların kültürel merkezden dışlandığını söylemektedir. Bu insanî *mitsein*’dan dışlanmaları demektir. Kadına en çok zarar veren şey de budur.²⁹⁷ İnsanî *mitsein*’dan ya da kültürel merkezden uzak kalan gruplar, Brookley ve Westerfelhaus’un belirttikleri gibi iki şekilde ötekileştirilirler. Bunlardan ilki, kültürel merkezin dışında kalan gruplara kötü özellikler yükleyerek onları *aşağılamaktır*. Cinsel azınlıkların “sapık”, “hastalıklı”; Çingenelerin “dolandırıcı”, “hırsız” olarak görülmesi bu tarz bir ötekileştirmedir. *Aşağılama* yönlü ötekileştirme medyadaki *homofobik temsillerde* karşımıza çıkar. Bir diğer ötekileştirme biçimi ise medyadaki *heteroseksist / gizli stereotipik temsillerde* gördüğümüz *yüceltmedir*. *Yüceltmede* kültürel merkezde yer almayan gruba hep iyi özellikler yüklenir. Ancak bu iyi özellikler, ötekileştirilen gruptaki insanları insanüstü / dışı kılarak, onları kültürel merkezin dışına iter. Eşcinsellerin estetik bilinçlerinin yüksek olduğunu düşünmek; onları yaratıcı, yumuşak huylu olarak görmek de böylesine

²⁹⁵ Westerfelhaus & Lacroix, s.439

²⁹⁶ Westerfelhaus & Lacroix, s.438

²⁹⁷ Beauvoir, *Kadın I. Cilt*, s.95

bir ötekileştirme biçimidir.²⁹⁸ Her iki ötekileştirme biçimi de heteroseksüeller dışındaki kimlikleri kültürel merkezin dışında tutmaya yarar.

Simone de Beauvoir'un *insanî mitsein'dan dışlanma* fikriyle, Brookley ve Westerfelhaus'un *yüceltme ve aşağılama yoluyla kültürel merkezin dışında tutma* fikirlerini dikkate aldığımızda *Queer Eye*'daki eşcinsellerin kültürel merkezin / insanî *mitsein*'in dışına *yüceltme* yoluyla itildiğini görürüz. *Queer Eye*'ın bakımlı / zevk sahibi / yetenekli eşcinselleri, saklandıkları televizyon stüdyosunun dışına sadece bir günlüğüne çıkarlar; o bir gün boyunca da heteroseksüel erkeğe yardımcı olur / onun ilişkisini kurtarır / bu ilişkiyi kutsarlar ve ardından tekrar stüdyolara geri dönerler. Sokaktaki hayatı / "gerçek" hayatı, heteroseksüellere bırakırlar. Aşk ve cinsellik yine heteroseksüellerin kontrolündedir; onların âşık olduğunu görmeyiz bile.

Katherine Sender'in *Queer Eye*'a yönelttiği eleştiri ise, bu kısa süreliğine heteroseksüellerin hayatına giren eşcinsellerin, ancak tüketim bağlamında var olabilmeleri yönündedir. Sender, *Queer Eye*'ın temel amacının, heteroseksüel erkeğin otomobil ya da elektronik gibi alışagelmış alanlardaki tüketim ilgisini genişletmek olduğunu söyler. Bu aşamada "tutkulu" / iyi birer "tüketici" olarak kabul edilen eşcinsel erkekler, heteroseksüel erkeklere moda ya da kişisel bakım gibi alanlarda iyi bir tüketici olma fikrini aşılamları için kullanılmaktadır.²⁹⁹

Buraya kadar ele aldığım *heteroseksist temsillerin* yanı sıra, son dönem Batı medyasında *makul temsillerle* daha sık karşılaşılır oldu. Bunlardan biri İngiltere'nin en popüler televizyon kanallarından ITV'de yayınlanan *Bad Girls*'tür. Dizi epey başarılı olmuştur; yüksek izlenme oranlarını yakalamış, popüler kültürün bir parçası olmuş, hatta başka ülkelere ihraç edilmiştir.

Bad Girls, az önce yer verdiğim eşcinsel karakterli dizi ve yarışmalardan farklı olarak heteronormatif değildir; hatta Didi Herman'ın belirttiği gibi homonormatiftir.³⁰⁰ Yani eşcinselliği normun merkezine koyar; hayatı bu merkezden şekillendirir. Öyle ki homofobi, dizideki kötü karakterler tarafından dile getirilen / eyleme dökülen, o

²⁹⁸ Robert Alan Brookley, "Pistols and Petticoats, Piety and Purity: To Wong Foo, the Queering of the American Monomyth, and the Marginalizing Discourse of Deification", *Critical Studies in Media Communication*, col.18, no.2 (June 2001), s.144

²⁹⁹ Katherine Sender, "Queens for a Day: Queer Eye fort he Straight Guy and the Neoliberal Project", *Critical Studies in Media Communicaiton*, vol.23, no.2 (June 2006), s.133

³⁰⁰ Didi Herman, "Bad Girls Cahanged My Life: Homonormativity in a Women's Prison Drama" *Critical Studies in Media Communication*, vol.20, no.2 (June 2003), ss.141-159

karakterlerin kötülüğünün bir parçası olarak kurgulanır. Dizinin genel kurgusunda bu karakterlerin homofobisi anormal olarak yer alır. Üstelik bu homofobik tutumların işlevi, eşcinselliğin normalizasyonunu güçlendirmektir.³⁰¹

Bu olumlu yaklaşımın altında yatan şey, *Bad Girls*'ün, *Ellen*, *Will and Grace* ve *Bir İstanbul Masalı* gibi dizilerden farklı olarak, çoğunluğu heteroseksüel olan bir izleyici kitlesine hitap etmek gibi bir derdinin olmamasıdır. Bu dizi daha çok *Queer as Folk* gibi, eşcinsel izleyiciye ulaşmayı hedefler. Böylece konuya dışarıdan değil, içeriden bakar. Üstelik Türkiye'de de benzerleri gösterilen hapishanedeki kadınları konu eden dizilerden farklı olarak, hapishane dizilerinin stereotiplerini / kalıplarını yıkmayı başarır. Dahası lezbiyenliği ana-akım bir televizyon kanalına, üstelik *primetime* kuşağına homonormatif bir yaklaşımla taşıması çığır açıcı niteliktedir.³⁰²

Ana-akımda lezbiyenliğin genellikle erkek egemen göze hitap eden “estetik” bir unsur olarak ele alındığını görüyoruz. Örneğin Fatih Akın'ın *Yaşamın Kıyısında*'ki lezbiyenliği, filmin tanıtımı sırasında yaptığı bir röportajda belirtmesine göre, lezbiyenliği “estetik” bulduğu için görünür olabilmiştir. Erkek eşcinselliği “estetik” bulmadığı için ele almayacağını belirtmiştir.

Heteroseksüelite dışındaki kimliklerin görünürlüğünde sinema önemli bir alan. *Bad Girls*'in heteronormativiteyi kırmasına benzer bir biçimde sinemada *Boys Don't Cry* bunu başarır. Brenda Cooper, *Boy's Don't Cry*'in heteronormativiteyi dört yolla kıldığını söyler. Hetero-maskülenliği sorunsallaştırarak, kadın maskülenliğini merkeze alarak, geleneksel Amerikan çekirdek ailesi ve bu çekirdek aile çevresinde oluşan popüler kültürü yıkarak, kadın maskülenliğinin sınırlarını bulanıklaştırarak...³⁰³

Sinema, özellikle de bağımsız sinema, televizyonla karşılaştırıldığında daha özgür bir alan sunmaktadır. James Joseph Dean, ana-akım Hollywood sinemasındaki 80'lerden itibaren artan eşcinsel görünürlüğünün, bağımsız sinemada iki şekilde yansımalarının olduğunu söyler. Bunlardan biri gey ve lezbiyen karakteri merkeze alan eşcinsel içerikli sinemayken, diğeri eşcinselleri merkezden uzaklaştıran *queer**

³⁰¹ Herman, s.153

³⁰² Herman, s.143

³⁰³ Brenda Cooper, “**Boys don't Cry and Female Masculinity: Reclaiming a Life & Dismantling the Politics of Normative Heterosexuality**”, *Critical Studies in Media Communication*, vol.19, no.1 (March 2002), s.49

* İngilizcede cinsel azınlıklar için kullanılan bir kavram. Başta aşağılama amaçlı olan bu kavram daha sonra politikleştirilmiş; hatta akademik alana taşınmıştır.

sinemadır. İlki Hollywood sineamasındaki tek boyutlu görünürlüğe tepki olarak gey ve lezbiyen aşkını / cinselliğini / alt kültürünü merkezileştirir. Diğer ise hem eşcinsel, hem de Hollywood sinemasına tepki olarak, lezbiyen ve gey cinselliğini merkezden uzaklaştırarak konuyu ele alır. Çünkü her iki sinema da konuya heteroseksüel egemen bir bakış açısı sunmaktadır. Oysaki queer sinema, heteroseksüel egemen yapıyı sorgulama yoluna gider.³⁰⁴

Medya, heteroseksizmi yeniden üretme işlevini büyük oranda heteroseksüellik dışındaki yönelim ve kimliklerin görünürlüğünü yöneterek gerçekleştirir. Medya ana-akım kültürü şekillendirme ve popüler kültüre yön verme gücüne sahip olduğu için, cinsel azınlıkları görünmez kılarak aslında onları ana-akım kültürden ve popüler kültürden uzak tutmuş olur. Daha önce de belirttiğim gibi, eskiden yasalar tarafından kültürel merkezin dışında tutulan cinsel azınlıklar, bugün büyük oranda medya ve medyanın yön verdiği popüler kültür tarafından dışarıda tutulur.

Tarihsel olarak bakıldığında medya / özellikle de televizyon, heteroseksüellik dışındaki yönelimleri çoğunlukla stereotipik bir biçimde göstermiştir. Cinsel azınlık içinde çoğunlukla eşcinseller / özellikle de erkek eşcinseller, çeşitli kalıp temsillerle görünür kılınmıştır. Görünür olduğunda da, ya bir güldürü unsuru ya da toplumsal bir sorun olmuşlardır. Heteroseksüel düzeni huzursuz eden / bu düzeni tehdit eden ve heteroseksüellerin çözmesi gereken bir sorundur bu. Örneğin Hollywood'un 60'lı ve 70'li yıllarda bu sorunu çözme biçimi, eşcinsel karakterleri öldürmek ya da onların intihar etmesini sağlamak şeklindedir.³⁰⁵

90'lı yıllardan itibaren Batı medyasının hâkim anlayışı, heteroseksüellerin dışındaki kimlikleri öldürmekten uzaklaşarak onları sisteme, sistemi tehdit etmeyecek bir biçimde dâhil etme şeklini almıştır. Bu yeni anlayıştaki temsillerin de kendilerince stereotipik özellikleri vardır; ancak bunlar ilk etapta fark edilmeyecek derecede ustaca kodlanmıştır.

Türkiye'deki kitle iletişim araçlarına baktığımızda, heteroseksizmin yeniden üretimi büyük oranda heteroseksüellerin dışındaki kimliklerin görünmez kılınmasıyla

³⁰⁴ Dean, ss.363-386

³⁰⁵ Nardi, s.428

gerçekleşir. Hiçbir şekilde bu kimliklere değinilmez / onlardan bahsedilmez. Adeta yok gibidirler.

Judith Butler'ın belirttiği gibi, baskı sadece yasaklamayla değil, aynı zamanda yok saymayla da işler. Baskı sayesinde cinsel azınlıklar, ne adlandırılır, ne de hukukun dâhiline girer; varlığını sürdürebilen “olmayan” öznelerle dönüşürler.³⁰⁶ Medya cinsel azınlıkları yok sayarak, hukukun dâhiline girmelerini; başka bir ifadeyle, hukukun koruması altına girmelerini engelleyen en önemli kültürel dinamiklerden birine dönüşmüştür.

Stuart Hall'un ifade ettiği gibi medya sayesinde sadece dünya hakkında bilgi edinmeyiz, ama aynı zamanda dünyayı yeniden anlamlandırırız.³⁰⁷ Bu yeniden anlamlandırmanın en önemli parçalarından biri hiç şüphesiz ki, heteroseksüelliğin tek meşru yönelim olduğudur. Bu meşruluğunu, sürekli görünür olmasından kazanır. Sürekli görünür olduğu için, meşruluğunun doğal olduğu düşünülür. Görünür olmayan ise, “doğal olarak” meşru değildir. Meşru olmadıklarından, sınırların dışında bırakılırlar.

Medyadaki görünürlük meselesi, bir ideoloji olarak heteroseksizmin yeniden üretimine hizmet etmesinin yanı sıra, cinsel azınlıkların kimlik bilinçlerinde derin hasarların oluşmasında da etkilidir. Kadınlardan, diğer azınlıklardan ve ötekileştirilmiş gruplardan farklı olarak, kimliklerini keşfetme / kimlikleriyle barışma süreçlerinde cinsel azınlıklar, kimliklerine dair ya çok az bilgiye ulaşırlar ya da herhangi bir bilgiye ulaşamazlar. Bu süreçte medya, kimliklerine dair ipuçlarını keşfedebilecekleri bir kaynak haline gelmektedir. Ancak trajik bir biçimde ana-akım medyanın söylemi, cinsel azınlıkların sapık, hastalıklı ya da suçlu olduğu yönündedir. Bu durum, ister istemez cinsel azınlıkları ve cinsel azınlıkların toplumla ilişkilerini olumsuz etkilemektedir.³⁰⁸

Medya aynı zamanda heteroseksüel olmayanlara nasıl yaklaşmak konusunda da bir kaynak olmaktadır. Başka bir ifadeyle medya, heteroseksist nefretin pekiştirilmesinde / teşvikinde önemli bir mecradır. Larry Gross'un 1984 yılında yaptığı bir araştırma, televizyon izleme oranlarındaki artışla birlikte, gey ve lezbiyenlere yönelik olumsuz tutumlarda bir artışın olduğunu göstermiştir. Örneğin kendini “liberal”

³⁰⁶ Butler, *Taklit ve Toplumsal Cinsiyete Karşı Durma*, ss.21-22

³⁰⁷ Hall, *Kültür, Medya ve İdeolojik Etki*, s.225

³⁰⁸ Fejes ve Petrich, s.396

olarak tanımlayanlarda bile, eşcinsellikle ilgili soru sorulduğunda, ana-akım medyanın yaklaşımını yansıtan cevaplarla karşılaşmıştır.³⁰⁹

Dünyayı anlamlandırmada önemli bir mecra olarak medya, *bilgi gediği*, *suskunluk sarmalı* ya da *medya bağımlılığı* gibi modeller dikkate alındığında, toplumdaki çok büyük bir kesimin heteroseksist tutumunun / hatta heteroseksist nefretinin önemli bir kaynağı haline gelmektedir. Nitekim yapılan araştırmalar da medyadaki iletilere maruz kalma ve heteroseksist tutum arasında bir bağlantı olduğunu gösteriyor. Medyanın tutumları etkileme gücü dikkate alındığında, eşcinseller gibi medyayı kontrol etme imkânı sınırlı / medyaya ulaşımı güç / medyada görünmez olan bir kesim için, medya önemli bir mücadele alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak medyadaki dönüşümün ne şekilde gerçekleşeceğine dair farklı yollar benimsenmiş durumda. Kimileri homofil hareketten etkilenerek, eşcinselliğin heteroseksüel egemen ekranlarda zararsız bir unsur ya da bir mesele olarak kalmasından tatminken, kimi gruplar karşı duran / sorgulayan modelleri geliştirme taraftarı. Kimileri ise cinsel azınlıklara yönelik ayrı bir medyanın oluşturulmasından yana.³¹⁰

Bu açıdan bakıldığında feministlerin medya eleştirisiyle, eşcinsellerin medya eleştirisi arasında paralellik olduğu gözlemlenir. Radikal feministler, en azından başlangıçta kendi dillerini keşfedebilecekleri ve özgürce konuşabilecekleri bir medya çevresi oluşturma taraftarıdır. Liberal feministler ise sistem içinden bir değişim savunmaktadır. Buna karşılık Marksist feministler, medyada bir dönüşümün gerçekleşebilmesi için, toplumun sosyolojik ve ekonomik olarak değişmesi gerektiğine inanır. Sosyalist feministler ise, öncelikle ideolojik kurumlardaki sınıfa, ırka ve toplumsal cinsiyete dayalı baskı ilişkilerini ortaya çıkarmaktan yanadır.³¹¹ Hiç şüphesiz ki, feministlerin sundukları öneriler, heteroseksizmin sorgulanması için de uygulanabilir.

Ancak Stuart Hall, medyayı dönüştürmek fikrine umutsuz bir yaklaşım sergiler. Hall'a göre medya, dünya sınıflandırmak gibi gayet önemli bir ideolojik işin yerine getirilmesine hizmet eder. Şu an var olan koşullarda bunun aksi mümkün değildir. Medyanın yaptığı işi hatırı sayılır bir biçimde ideolojiyi yeniden üretmeksizin

³⁰⁹ Akt. Fejes ve Petrich, s.408

³¹⁰ Nardi, s.430

³¹¹ H. Leslie Steeves, “**Feminist Teoriler ve Medya Çalışmaları**””, *Medya, İktidar, İdeoloji*, ç. ve der. Mehmet Küçük, Ankara: Bilim ve Sanat, 2005, ss.174-175

yapmak söz konusu olamaz. Hall, bu durumda yapılabilecek tek şeyin, bu eğilim üzerine söz üretmekten ibaret olduğuna inanır.³¹²

Buna rağmen Herbert Gans, *Popüler Kültür ve Yüksek Kültür*'de, medya sayesinde yayılan popüler kültürün özgürleştirici bir gücünün olduğuna inanır. Gans'a göre, popüler kültür ürünleri, bireye özgürlüğe ulaşabileceği aralık bir kapı bırakır. Örneğin günümüz Amerikan dizilerinde ırkçılık ya da heteroseksist nefret konuşulmaya sorgulanmaya başlanmıştır.³¹³

Bu açıdan bakıldığında medya sayesinde dolaşıma sokulan / yeniden üretilen heteroseksizmin sorgulanmasında / yıkılmasında, yine medyanın kendisi bir adres olmaktadır.

4.3. REKLAMLARDA HETEROSEKSİZMİN YENİDEN ÜRETİLMESİ

Larry Gross, günümüz medyasının bir takım ekonomik zorunluluklardan / koşullardan ötürü, büyük kitlelere ulaşmak durumunda olduğunu söyler. Büyük kitlelere ulaşmaya çalışan günümüz medyası, toplumdaki egemen bilgi ve imgelere başvurmaktadır. Böyle bir durumda o büyük hedef kitle dilimlerinin içinde yer alamayan etnik, ırksal, dini, politik ya da cinsel azınlıkların kaderleri çoğunlukla birbirlerine benzer. Ya görünmez olurlar, ya da egemen kültürün bir kıyısında köşesinde var olan stereo-tiplere dönüşürler.³¹⁴

Peter M. Nardi'nin cinsel azınlıkların medyadaki görünürlüğüne dair yaptığı gruplandırmalar içinde bulunan ve Türkiye reklamlarındaki cinsel azınlık meselesiyle uyuşan *görünmezlik / es geçme* durumu, Gross'un medyaya dair yaptığı analizde *sembolik yok etme* şeklinde karşımıza çıkar.

Gross, günümüz medyasında temsil ediliyor olmanın kendi başına bir güç / iktidar oluşturduğunu düşünür. Kitle kültüründe / ana-akım medyada temsil edilmemek ise, politik / sosyolojik / ekonomik gücü elinde bulundurmayan kesimlerin

³¹² Hall, Kültür, Medya ve İdeolojik Etki, s.232

³¹³ Herbert J. Gans, **Popüler Kültür ve Yüksek Kültür**, ç. Emine Onaran İncirlioğlu, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1999, s.82

³¹⁴ Larry Gross, **“Out of the Mainstream: Sexual Minorities and the Mass Media”** *Gender, Race and Class in Media*, edit. Gail Dines & Jean M. Humes, London: SAGE Publications, 1995, s.61

güçsüzlüklerinin sürdürülmesine yarar. Tıpkı cinsel azınlıklar gibi toplumsal hiyerarşinin altında kalan gruplar, bu temsilsizlik / görünmezlik vasıtasıyla bulundukları konumda tutulmaya devam edilirler. İşte Gross'un *sembolik yok etme* dediği şey budur. Gross, sembolik olarak yok edilen gruplar görünürlük alanına girseler bile, temsil biçimlerinin toplumsal gücü elinde bulunduranların ilgisine / kabulüne göre şekilleneceğini söyler. Toplumsal gücü elinde bulunduran kesim ise hiç şüphesiz ki, heteroseksüel / çoğunlukla erkek / orta ya da üst orta sınıf / çoğunlukla orta yaş ve çoğunlukla beyazdır.³¹⁵

Bu durumda başta cinsel azınlıklar olmak üzere, toplumsal gücü elinde bulunduramayan tüm azınlıkların medyada, özellikle de reklamlarda yer alabilmesi; bu azınlıklar ancak toplumsal gücü elinde bulunduranlar için kâr sağlayabildiği oranda ve ölçüde mümkündür. Nitekim günümüz medyası, ancak ekonomik koşulların el verdiği oranda farklı temsillere yer vermektedir. Nardi'nin *görünmezlik / es geçme*; Gross'un da *sembolik yok etme* dediği şeyin altında yatan da budur. Yani medyanın para kazanmak zorunda oluşu...

Medyadaki cinsel azınlık görünmezliğin ya da olumsuz görünürlüğün sebebi hiç şüphesiz ki medyayı çevreleyen ekonomik yapıdır. Ayrıca sosyolojik ve politik yapılar da bu durumu güçlü bir biçimde etkilemektedir. Kâr etmeyi hedefleyen ve varlığını sürdürebilmek için kâr etmek zorunda olan medya, egemen pazar koşullarına ve içinde bulunduğu kültürün ideolojik atmosferine uymak zorundadır. Bu yüzden bir tüketici olarak algılanan izleyiciyi kaçırmayacak içeriklerin hazırlanması istenir. Burada kilit rolü üstlenen elbette ki reklamlardır. Nihayetinde reklamveren izleyicisi / tüketicisi bol olan yapımlara destek olmayı tercih etmektedir. Hatta başta televizyon olmak üzere aslında tüm medyanın temelde ana hedef kitlesinin izleyicilerden çok reklamverenler olduğunu öne sürmek mümkündür. Medya kuruluşları mümkün olduğunca reklamverenleri ikna eden, onların ilgisini çeken bir yol izlemeye gayret gösterirler.³¹⁶

19. yy.ın başında basın özgürlüğü fikri, basının devletten bağımsız bir biçimde var olabilmesine dayanıyordu. Günümüz dünyasında bu bir ölçüde başarılmış durumda.

³¹⁵ Gross, s.62

³¹⁶ Nardi, s.429

–En azından Batı’da... Ancak günümüzde basın özgürlüğünü ve bir bakıma sorumluluklarını, pazar gücünü elinde tutan özel sektör tehdit etmektedir. Özel sektör / pazar ekonomisi, önceleri medyanın üzerinde kontrol gücüne sahip olan devletin yerine geçmiştir. Medyanın devletten bağımsızlaşması, onu rekabetçi piyasa koşullarına sürüklemiş, bu da basın özgürlüğüne ve sorumluluklarına bir tehdit oluşturmaya başlamıştır. Basın kuruluşları, ekonomik kâr edinmeyi hedefleyen kurumlara dönüşmüştür.³¹⁷

Amerikan kitle iletişimi, medyanın kapitalist ekonominin bir parçası olarak geçirdiği dönüşüme iyi bir örnek teşkil eder. İlk dönem Amerikan gazeteleri orta sınıf politik kesimler tarafından destekleniyor, onların maddi yardımlarıyla ayakta duruyordu. Bu yüzden her gazetenin politik bir duruşu vardı. Gazete kazanç sağlanmayı düşünülen bir ürün değildi; zaten çok sınırlı basılıyor ve kısıtlı bir çevrede dolaşıma sokuluyordu. Ancak medya gün geçtikçe açık pazar ekonomisine çekilince ve medyadan kâr etmek fikri yaygınlaşınca; medya kuruluşları birbirleriyle ekonomik anlamda rekabet eden holdinglelere dönüştü. Tirajlar ve reytingler, medyanın temel kaygısı olmaya başladı. Bu durum medyanın içeriğine de yansıdı ve içerikten çok görsellik önem kazanır oldu. Kapitalist ekonominin bir parçası haline gelen medyanın tek kaygısı, daha çok izlenmek / daha çok satmak oldu.³¹⁸

Medyanın kapitalist ekonominin bir parçası olması demek, reklamverenlerin desteğine bağımlı hale gelmesi demektir. Nitekim Amerikan medyasında gazetelerin elde ettiği kazancın %75’i, ulusal dergilerin %50’si, televizyonlarında %100’ü reklamlardan geliyor. Bu oranlar dikkate alındığında, reklamlara yer ve zaman ayıran / ayırmak zorunda olan medyanın, reklamlardaki ideolojik söylemlerden öyle ya da böyle etkilenmemesi mümkün değilmiş gibi görünüyor.³¹⁹

Medyanın reklamlara duyduğu bu ekonomik bağımlılığı her şey öte, bazı konularda ürkek davranmasına sebep olmaktadır. Medyadaki *görünmezlik* / *es geçme*, büyük oranda reklamların desteğini yitirme korkusuyla gerçekleşir. Heteroseksüellik

³¹⁷ Thompson, s.251

³¹⁸ Tetzlaff, ss.55-56

³¹⁹ Gail Dines & Jean M. Humes (edit.), **Gender, Race and Class in Media**, London: SAGE Publications, 1995, s.71

dışındaki temsillerin izleyiciyi / okuyucuyu kaçıracağından korkulur. İzleyicinin kaçması demek, reklamlardan gelen maddi desteğin yitirilmesi demektir.

Reklamlardaki *görünmezliğin / es geçmenin* altında da benzer bir korku yatar. Heteroseksüellik dışındaki kimlikleri görünür kılmak derecesinde “riskli”, “tehlikeli” bir işe girişmenin, tüketici desteğinin yitirilmesine sebep olacağı düşünülür. Bu durum devrilen domino taşlarına benzetilebilir: Medya reklamların desteğini yitirmekten, reklamlar da tüketicilerin desteğini yitirmekten korktuğu için heteroseksüellik dışındaki temsiller sürekli olarak görünmez bırakılır.

Bu süreçle paralel olarak tüketiciler, reklamlarda ya da medyanın geri kalanında cinsel çeşitliliğin normalize edildiğini göremediği için, heteroseksist söylemi sorgulama gereği duymamaktadır. Başka bir ifadeyle tüketici, heteroseksist düşünce yapısını ona sorgulattırarak bir karşılaşmaya maruz kalmadığı sürece, söylemini doğallaştırmaya devam etmektedir. Sürekli olarak heteroseksüeller, heteroseksüellerin cinsel ve duygusal ilişkileri, heteroseksüel merkezli aileler görünür kılındığı için, görünmeyenlerin meşru olmadığı fikri sürdürülmüş olur.

Bu durum *suskunluk sarmalı* hipoteziyle paralellik göstermektedir. *Suskunluk sarmalı*nda, bireyler toplum tarafından dışlanmaktan korktukları için ana-akım söylemle uyumlayan düşüncelerini dile getirmekten çekinirler. İletişim araçları, ana-akım söylemin ne olduğunu topluma iletme / hatırlatma konusunda bir kaynak oluşturduğu için, iletişim araçlarında yer almayan düşünceler suskunlukta bırakılır. Belli bir görüşü olan insanlar, yalıtılma / dışlanma korkusundan ötürü iletişim araçlarının egemen söylemi dışındaki söylemleri dile getirmekten çekinirler. İletişim araçlarındaki egemen söylem, böylece gücünü perçinlemeye devam eder.³²⁰ Kısacası, ne reklamlarda egemen heteroseksist söylemin dışında bir temsil yer alabildiği için, ne de tüketiciler egemen heteroseksist söyleme tepkilerini göstermek konusunda cesaretlerini toplayabildikleri için, heteroseksist söylemin dışındaki söylemler suskunluklarını bozmayı başaramazlar.

Medya reklamlara bağımlı hale gelince, Sut Jhally’nin dediği gibi, reklamların günlük hayatımız üzerindeki etkisi / var oluşu, soluduğumuz havaya benzemiştir.

³²⁰ Erol Mutlu, *İletişim Sözlüğü*, 4. Basım, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2004, ss. 270-271

Soluduğumuz hava gibi, günlük hayatımızın önemli birer parçasına dönüşen reklamlar bize nesneler hakkında ve nesneler vasıtasıyla bir takım mutluluk kriterlerini öğretirler ya da zaten bildiğimiz kriterleri hatırlatırlar.³²¹

Reklamlardaki mutluluğun kriteri bellidir: Her şeyden önce heteroseksüel olmak ya da heteroseksüel gibi davranmak / toplumsal cinsiyet kalıplarına uymak / bu kalıplara uygun bir şekilde hediyeler almak, alış veriş yapmak / heteroseksüel aile dinamiklerine uygun bir aile kurmak... Tüm bu uyulması gereken başlıklar, reklamlarda kutsanır, yüceltilir.

Nitekim Marksist yaklaşıma göre reklamlar, toplumda egemen olan ideolojiye uygun yaşam biçimlerini aşılarlar. Bu yaşam biçimlerinin temel amacı, egemen ideolojinin sürdürülebilmesi için gereken koşulları sağlamaktır.³²² Nitekim bu yaşam biçimleri çoğunlukla heteroseksüel ailelerin ve aşkların çevresinde şekillenir. Heteroseksüel ailelerin ve aşkların çevresinde şekillenen yaşam biçimleri, bir ideoloji olarak heteroseksizmin sürdürülmesi için gereken koşulları sağlar.

Reklamlarda aşılana yaşam biçimlerine dair Marksist yaklaşımın getirdiği bir diğer eleştiri, aşılana bu yaşam biçimlerinin tek tip olduğu yönündedir. Reklamlar tüketicilere tek tip bir kitleymiş gözüyle bakarlar ve bununla paralel olarak tek tip yaşam biçimlerini aşılarlar. Oysaki tüketiciler tek tip değildir.³²³

Örneğin söz konusu cinsel yönelimler olduğunda, tüketicilerin tamamının heteroseksüel olduğu kabul edilir. Bu ön kabulde birlikte, reklamlarda ürünlere yüklenen değer heteroseksüel temelli değerler olmaktadır.

Reklamlardaki temsili sürekli tekrar edilen heteroseksüel çekirdek aile, Marksist yaklaşıma göre kapitalizmin temel taşlarından biri olarak kullanılmaya devam etmektedir. Heteroseksüel aşkın, evliliğin ve ailenin reklamlarda ve medyada olduğu gibi yüceltilmesi; hatta Türkiye’de olduğu gibi yasalarca korunma altına alınması, heteroseksüelite çevresinde şekillenen bu değerlerin / kurumların, devletin ve çökuluslu

³²¹ Jhally, s.79

³²² Müge Elden, Özkan Ulukök ve Sinem Yeygel, **Şimdi Reklamlar**, 2.baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2007, s.529

³²³ Elden, Ulukök ve Yeygel, ss.517-518

şirketlerin yararına çalışıyor olmasıyla ilgilidir. Heteroseksüel aile ve aşka dair değerlerin medya tarafından yüceltilmesi sürecinde özellikle kadınlar hedef alınmaktadır. Medyanın geri kalanıyla birlikte reklamlarda da aşılana kadın imgesi, kendi ayakları üzerinde duramayan, kendi sorunlarını çözmekten aciz, yumuşak huylu, evcimen; kocasına, çocuklarına ya da sevgilisine bağlı, hatta bağımlı kadın modelidir. Televizyondaki, dergilerdeki ya da gazetelerdeki reklamlar bu tip kadın modelleriyle doludur.³²⁴

Daha önce ele alındığı gibi, bu kadın modelini Connell *hegemonik erkeğe boyun eğen kadın* şeklinde kavramlaştırır. Bu model, iktidarı elinde tutan *hegemonik erkeğin* karşısında, ona bağımlı olarak şekillenir. Gerek *hegemonik erkeğin*, gerek *hegemonik erkeğe boyun eğen kadının* temel işlevi, toplumsal cinsiyete dayalı ekonomik / politik / sosyolojik temelli güç ilişkilerini sürdürebilmektir. Bu ilişkilerin sürdürülebilmesi içinse, bu modellerin canlı tutulması gerekir. Reklamlar büyük oranda bu modellerin canlı tutulmasına hizmet eder.

Bir sonraki bölümde ele alınacağı gibi reklamlardaki heteroseksüel görünürlüğü, büyük oranda bu güç ilişkilerini destekleyecek şekilde kurgulanmıştır. Bu reklamlardaki heteroseksüel görünürlüğün bu güç ilişkilerine bağımlı olarak şekillenen heteroseksizmi canlı tutmaya yaradığını söylemek de mümkün. Dolayısıyla sadece heteroseksüellerin sürekli görünür olması değil, ama aynı zamanda görünür olma biçimleri de heteroseksizmin yeniden üretilmesine hizmet etmektedir.

Jackson Katz'ın belirttiği gibi, reklamlar o günün kriterlerine uygun kadınlık ve erkeklik rollerini topluma yaymada oldukça güçlü bir rolü üstlenmektedir. Reklamlarda cinsiyet farklılıkları her zaman keskin bir biçimde vurgulanır. Bu farklılıklar bağlamında cinsiyetler birbirilerinden özellikle güç noktasında ayrılırlar. Erkeklik, güçlü taraf olarak kadınlıktan ayrılır.³²⁵ Böylece erkeklerin iktidarı fiziksel anlamda da vurgulanmış olur.

³²⁴ Baird, ss.77-78

³²⁵ Jackson Katz, “Advertising and the Construction of Violent White Masculinity”, *Gender, Race and Class in Media*, edit. Gail Dines & Jean M. Humes, London: SAGE Publications, 1995, s.135

Reklamlarda heteroseksüelite ise, heteroseksüelite dışında kalan kimliklerden büyük oranda görünür olmasıyla ayrılır. Görünürlüğünün sürekli tekrarı sayesinde meşru olduğu fikri topluma yayılır. Görünmeyenler ya da arada bir, silik bir biçimde belirenler ise, Foucault'nun tabiriyle meşru olmayan *kenar cinsellikler*dir.

Reklamlarla birlikte, tüm medyadaki görünürlüğün tekrarı, heteroseksizmin sürdürülebilmesi için gereklidir, çünkü ideolojilerin varlığının sürdürülebilmesi için tekrara ihtiyaç duyulur. Toplumun her kesiminde ideolojiler tekrar edildikçe, ideolojilerin yarattığı anlamlara maruz kalanlar, doğal olanın / olması gerekenin bu olduğunu düşünmeye başlarlar. İdeolojiler her alanda tekrar ettikçe, Bourdieu'nun dediği gibi, insanlar ideolojilerin aslında ideoloji olduğunu unuturlar.³²⁶

Butler'ın heteroseksüel kimliğin tekrar edilmesine dair söyledikleri, medyadaki ve özellikle reklamlardaki heteroseksizmi anlamamız için de iyi birer kaynak oluşturur. Medya ve reklamlar yoluyla, heteroseksüel kimliğin meşruluğu / pürüzsüzlüğü tekrarlanmış olur. Eğer bu tekrar gerçekleşmezse ya da heteroseksüel kimlik yerine örneğin homoseksüel kimlik tekrarlanırsa / görünür kılınırsa, gerek heteroseksüel kimliğin, gerek heteroseksizimle şekillen kurumların meşrulukları tehlikeye girecektir. Türkiye'de "Türk aile yapısına ve genel ahlakına" zarar veriyor gerekçesiyle, heteroseksüellik dışındaki temsillerin görünür olmasının sansürlenmesi, altında bu korkuyu barındırmaktadır. Nitekim bu korku, RTÜK'ün verdiği sansür kararlarında çok açık bir biçimde ifade edilir.

Foucault, cinsellik ve özellikle bedenle ilgili ideolojilerin / söylemlerin, ideolojiyi yeniden üreten kurumlarda yerleşik bir biçimde yer aldığını savunur. Bu kurumlar içinde en yaygın ve belki de en güçlü olan televizyonun var oluşu ise reklamlara bağlıdır. Reklamların bilinçdışı tepkileri uyandırmak konusundaki becerisi, onun ideolojik söylem gücünün bir parçasıdır. Reklamlar özellikle bedene, cinsiyetlere ve cinselliğe dayalı egemen söylemleri aktarırlar.³²⁷

³²⁶ Tony Shirato & Susan Yell, **Communication and Culture**, London: SAGE Publications, 2000, s.75

³²⁷ Kate Kane, "**The Ideology of Freshness in Feminine Hygiene Commercials**" *Feminist Television Criticism*, edit. Brunson, Julie D'Acci, Lynn Spigel, Oxford: Clarendon Press, 1997, s.291

Reklamların söz konusu ideolojik gücü, medyanın reklamlara bağımlı oluşundan ötürü, yeri geldiğinde medyadaki içeriği dolaylı bir biçimde kontrol etmeye yarar. Örneğin, Amerikan medyasında 70’li yıllardan itibaren cinsel azınlıklar gittikçe görünür olmaya başlamıştır; ancak bu görünürlüğün belli kuralları vardır ve yeri geldiğinde reklamlar medyayı bu kurallara uymaya zorlamaktadır. Bu kurallar arasında, karakterlerin eşcinselliğinin dizinin / filmin ana meselesi olmaması, eşcinselliğin heteroseksüel dünyasında bir sorun yaratması ya da eşcinsellerin cinsel / özel yaşamlarının hiçbir şekilde gösterilmemesi gibi bir takım gereklilikler yer alır. Geçmişte bu kurallara uymayan yapımların hemen reklamlar aracılığıyla cezalandırıldığına dair örnekler vardır. Örneğin 1989 yılında gösterime giren “Thirtysomething” isimli dizinin bir bölümünde iki erkek bir yatakta gösterilince, reklamverenler desteklerini diziden hemen çekmişlerdir. Nihayetinde dizi kısa süre içinde yayından kalkmıştır.³²⁸

Reklamlar sadece ana-akım medyanın içeriğini kontrol etmede bir araç olmaz, aynı zamanda alternatif medyanın, hatta cinsel azınlıklara yönelik medyanın içeriğini de kontrol etmeye yararlar.

Dolaylı bir kontrol olsa da The Advocate’in yaşadığı dönüşüm buna örnektir. The Advocate, Amerika’da ulusal çapta yayın yapan ve tüm dünya tarafından tanınan geylere yönelik dergilerden biridir. Dergi, ulusal firmalardan reklam alabilmek için öncelikle erotik içeriğini ayıkladı, haberleri ön plana çıkardı. Ancak sadece bununla kalmadı, ulusal reklamverenlerin ve eşcinsel olmayanların rahatsızlık duyacakları içerikleri / konuları da gündemine almamaya başladı. Reklamların bu dolaylı da olsa kontrol gücü, The Advocate gibi alternatif medyanın alternatif yanlarının törpülenmesine, gittikçe ana-akım heteroseksist medyanın duruşuna yakınlaşmasına sebep olmaktadır.³²⁹

Danae Clark’ın belirttiği gibi, tüm bunlara ek olarak Batı’da 80’li yıllardan itibaren, geylere yönelik reklamlarda görünür bir artış yaşanmaktadır. Bunun sebebi tabii ki geylerin alım güçleri. Örneğin The Advocate okuyucuları üzerinde yapılan bir araştırma, okuyucular arasındaki 20-40 yaş arası dilimin %70’inin aylık gelir

³²⁸ Dow, ss.129-130

³²⁹ Fejes ve Petrich, s.411

oranlarının, ana-akım medyadaki benzer hedef kitlelere oranla daha yüksek olduğunu göstermektedir. Böyle olunca, ana-akım reklamverenler gerek ana-akım medyada, gerek eşcinsellere yönelik medyada reklam vermeye başlamıştır.

Wall Street Journal 1991’de yayımladığı bir makaleyle geylerin mükemmel bir pazar dilimi olduğunu, reklamcıların bunu göz ardı etmemeleri gerektiğini duyurmuştu. Geylerin aylık gelirlerinin, ortalama Amerikan ailesinin aylık gelirinin çok daha üstünde olduğuna dair pazar araştırmalarına yer vermişti.³³⁰

Ancak buradan da anlaşılacağı üzere, eşcinselleri hedef kitle olarak kabul eden reklamcılar çoğunlukla sadece geylere yönelirler. Lezbiyenlere yönelik reklamlar oldukça azdır, çünkü lezbiyenler reklamların hedef kitlesi olabilme kriterlerine uymamaktadırlar. Bir sosyal grubun reklamların hedef kitlesi olabilmesi için, 1) tanımlanabilir, 2) ulaşılabilir, 3) ölçülebilir ve 4) üzerinden kazanç sağlanabilir olması gerekir. Lezbiyenler ise, tıpkı yaşlılar gibi bu kriterlere uymadıkları için, çoğunlukla reklamların hedef kitlesi olamazlar. Her şeyden önce lezbiyenlerin ekonomik gücü, diğer birçok gruba karşılaştırıldığında düşüktür. Ayrıca tek bir pazar dilimi olarak tanımlandırılmaları güçtür. Bunun sebebi reklamcıların kullandıkları gelir, yaş ve ırk kriterlerin her birine dağılmalarıdır. Böyle olunca ölçülenemezler; dolayısıyla reklamverenlere kâr sağlayamazlar.³³¹

Lezbiyenlerin daha az görünür olmalarına rağmen, eşcinsellere yönelik pazar, Batı’da 70’li yıllardan beri büyümektedir. Kimi reklamcılar, ana-akım medya vasıtasıyla eşcinsellere ulaşabilmek için, eşcinsellerin algılayabilecekleri ama heteroseksüellerin algılayamayacakları bir takım kodlar kullanmaya başlamışlardır. Özellikle 90’lı yıllardan itibaren, eşcinseller / özellikle de geyler, bir segment olarak tanımlanmaktadır.³³²

Pazardaki bu gücünü fark eden eşcinseller, güçlü bir tüketici grubu olarak, kendi politik hedefleri doğrultusunda, tıpkı çevreciler gibi piyasayı yönlendirebilirler.

³³⁰ M. V. Lee Badgett, “**Thinking Homo/Economically**” *Overcoming Heterosexism and Homophobia*, edit. James T. Sears, Walter L. Williams, New York: Columbia University Press, 1997, s.380

³³¹ Clark, s.143

³³² Fejes ve Petrich, s.410

Medya üzerinde yürütülen kampanyalarla, medyadaki görünürlüğün artışı da sağlayabilirler.

Ancak Clark'ın üzerinde dikkat çektiği gibi, eşcinsellerin sadece birer tüketici olarak algılanması, ikircikli bir durumdur. Tüketici olarak algılanmaları elbette bir yandan kabul görüldüklerinin göstergesidir. Diğer yandan, bu kabul görme biçimi eşcinselleri toplumsal bir özne olarak kabul etme biçiminde değildir. Kapitalist toplum, eşcinselleri toplum içinde bir takım haklara sahip ve topluma yön veren sosyal bir özne olarak değil, sadece bir tüketici olarak kabul etmektedir.³³³

Lee Badgett, ekonomik yapıda sadece tüketici olarak kabul edilmenin eşcinsellerin bir takım politik hedeflerini yerine getirmekte yarar sağlamayacağı düşüncesindedir. Badgett bu hedefleri iki grupta toplamaktadır: 1) Homofobinin ve heteroseksizmin önlenmesine / azaltılmasına yönelik politik süreçler ve 2) eşcinselleri toplumun diğer sosyal gruplarıyla yakın ilişkiye sokarak, heteroseksist yapıyı dönüşüme sokacak süreçler. Bu iki başlık dikkate alındığında eşcinsellerin ekonomik yapıda sadece bir tüketici olarak kalmaları yeterli görünmemektedir.³³⁴

Badgett, her şeyden önce geylerin gelirlerinin yüksek olduğuna dair sonuçları çıkaran araştırmaların sağlıklı olmadığına dikkat çeker. Bu araştırmalar Advocate gibi, gelir seviyesi yüksek okuyuculara yönelik dergilerin araştırmalarıdır. Bu dergilerin okuyucularının, tüm eşcinselleri temsil eder nitelikte olduğunu söylemek sağlıklıdır. Ayrıca eşcinselleri sadece tüketici olarak kabul etmenin ve bu sınırlar dâhilinde var olmalarına izin vermenin dürüstlüğü de tartışmaya açıktır.³³⁵

Günümüz ekonomik koşulları dikkate alınırsa, reklamlardaki ve daha geniş perspektifte medyadaki heteroseksizmin dönüşebilmesi için, sosyal / politik bir takım dönüşümlere paralel olarak, cinsel azınlıkların ekonomik yapıda öyle ya da böyle güçlü birer kimlik şeklinde ortaya çıkmaları gerekir. Badgett, ekonomik yapıda cinsel azınlıklar tüketici olarak değil, üretici (işçi / çalışan) ya da yatırımcı / girişimci olarak

³³³ Clark, s.147

³³⁴ Badgett, s.381

³³⁵ Badgett, s.384

kendilerini var edebilirlerse, daha sağlıklı bir dönüşümün gerçekleşeceği kanısındadır.³³⁶

Elbette azınlık görünürlüğü kriterinin ekonomik yapıda önemli bir element şeklinde ortaya çıkmaya bağlanmış olması da çok büyük bir sorundur. Bu durumda, ekonomik gücü elinde bulunduramayan azınlıkların görünürlüğü meselesini nasıl savunabileceğimiz sorusu gündeme gelir. Eşcinseller ya da biseksüel, Türkiye’de olmasa bile Batı’da hem reklamlarda hem de medyanın geri kalanında daha sık görünür olmaya başlıyorlar, çünkü tüketici olarak ekonomik güçlerinin farkına varılmış durumda. Ancak travestiler, transseksüeller, interseksüeller hâlâ görünmezlikte / suskunlukta bırakılmaya devam ediliyor.

Son olarak sinemada queer okumalar yapan Russo’nun söylediklerine değinmek anlamlı olabilir. Russo her ne kadar bu düşüncelerini sinema üzerine dile getirmiş olsa da, bunu reklamlara ve tüm medyaya uyarlamamız mümkün. Heteroseksizmin dönüşümü ile ilgili olarak “Bu ancak ekonomik anlamda fayda sağlayabileceği zaman değişecek; ancak toplum farklılıklardan duyduğu korkuyu ve nefreti yenmediği sürece gerçeklik hiçbir zaman fayda sağlamayacak,” der.³³⁷

Bu oldukça anlamlı bir söz, çünkü reklamların heteroseksizmi kıran bir söylemi üretebilmesinin ekonomik anlamda fayda sağlama koşuluna bağlanmış olduğunu gösterir. Ekonomik anlamda fayda sağlayabilmesi içinse, her şeyden önce toplumun farklılıklara duyduğu korkuyu ve nefreti yenmesi gerekmektedir.

Bu durumda reklamlar, ekonomik / politik / sosyal yapının hem bir parçası olarak, hem de bu yapıları etkileyen, dönüştüren bir araç olarak, heteroseksizmin sorgulanmasında oldukça stratejik bir konumda yer alıyor. Bu stratejik konumu dikkate alındığında, Türkiye’de neler yapabileceğini zaman içinde göreceğiz.

³³⁶ Badgett, ss.381-382

³³⁷ Akt. Nardi, s.441

5. REKLAMLARDA HETEROSEKSİST YANSIMALARIN ANALİZİ

5.1. METODOLOJİ

5.1.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın amacı, reklamların heteroseksizmi ne şekilde yeniden ürettiğini tespit edebilmektir. Bu amaçla reklamlardaki heteroseksüel görünürlüğün kurgulanış biçimleri ve buna karşılık heteroseksüelite dışında kalan yönelimlerin görünmez kılınma biçimleri irdelenmiştir. Reklamlardaki hâkim heteroseksist söylem içinde, heteroseksüelite dışında kalan yönelimlerin çeşitli kodlamalar kullanılarak temsil edilip edilmediğine bakılmıştır.

Araştırmanın kapsamı 1970’ten başlamaktadır. İkinci bölümde ele alındığı gibi, dünyadaki modern eşcinsel, biseksüel, travesti ve transseksüel özgürleşme hareketi 1969’daki Stonewall İsyanı’yla başlamıştır. Dünyadaki bu değişimin Türkiye’nin politik ve sosyolojik yapısıyla paralel olarak Türk medyasını da etkilemiş olma ihtimalinden ötürü başlangıç tarihi olarak 1970 belirlenmiştir.

Söz konusu reklamlar, farklı kuramların ışığında irdelendi. Feminist kuram, cinsel araştırma yaklaşımları ve eleştirel medya kuramları kullanıldı. Aralarında Foucault, Butler, Wittig, Beauvoir, Connell, Hall, Fejes ve Nardi gibi düşünür ve araştırmacıların yaklaşımlarının olduğu, geniş perspektifli bir bakış açısından faydalanıldı. Özellikle Peter M. Nardi’nin medyadaki cinsel azınlık temsillerine dair yaptığı gruplandırma, reklamlardaki heteroseksizmin irdelenmesinde bir şablon oluşturmaktadır. Nitekim görüleceği gibi, reklamlarda heteroseksizm büyük oranda görünmezlik / es geçme modeline uymaktadır.

Görünmezlik / es geçme modeline göre, medya cinsel azınlıkları görünmez kılmaktadır. Bunu heteroseksüellik dışındaki yönelimlerin ya da kimliklerin medyada söz üretmesini engellemek yoluyla gerçekleştirir. Örneğin cinsel azınlıklara dair

yapımlar “riskli” bulunduğu gerekçesiyle medya kuruluşları tarafından reddedilir. Kimi durumlarda ise, cinsel azınlıklara dair haberlerin gündeme taşınmaması bile söz konusu olabilmektedir.

Reklamlarda cinsel azınlıklar görünmez olduğu için, araştırmanın büyük bir bölümü görünür olan heteroseksüeller üzerinden gitmektedir. Ayrıca cinsel azınlıkların görünmezliği, heteroseksüellerin sürekli görünür kılınmasıyla pekiştirilir.

Heteroseksüel temsiller reklamlarda en çok heteroseksüel aile ve heteroseksüel aşk kapsamında karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle reklamlardaki heteroseksüel karakterler, heteroseksüel aile ve aşk ilişkileri bağlamında ele alınmıştır.

Araştırma sürecinde cinsel azınlıkların görünmez kılınması ile heteroseksüellerin görünür kılınma biçimler arasında bazı paralellikler kurulmuştur. Nitekim heteroseksüellerin görünür kılınma biçimleri bazı kurallara bağlıdır. Bu kuralların amacı ise toplumsal cinsiyet normlarına ve heteronormatif yapıya uyumluluk sağlamaktır. Nihayetinde bakıldığında heteroseksüellerin de ancak belli biçimlerde, belli kuralların sınırında gösterilmesinin nedeni, heteronormatif yapıyla uyumluluk sağlamak ve cinsel azınlıkları kültürel merkezin dışına itmektir.

5.1.2 Örneklem

Araştırma kapsamında ele alınan reklamlar basılı reklamlardan ve televizyon reklamlarından oluşmaktadır. Bu reklamlar 1970 ila 2009 yılları arasında ana-akım medyada dolaşıma sokulmuş reklamlardır. Ele alınan basılı reklamlar, Cumhuriyet, Güneş, Hürriyet, Milliyet, Sabah, Vakit gazeteleri ile Hey ve Elle dergilerinde yayımlanmıştır. Televizyon reklamları ise tüm ana-akım televizyon reklamlarında yayınlanmış reklamlardır.

5.1.3. Araştırmanın Hipotezi Ve Soruları

H1: “Türkiye’deki reklamlarda heteroseksizm, heteroseksüellik dışındaki yönelim ve kimliklerin görünmez kılınmasıyla yeniden üretilir”

H2: “Türkiye’deki reklamlarda heteroseksizm, heteroseksüel görünürlüğüünün düzenli bir biçimde tekrar edilmesiyle yeniden üretilir.”

H3: “Heteroseksizmin sürdürülebilmesi için, reklamlardaki heteroseksüel görünürlüğüünün toplumsal cinsiyet kalıplarıyla uyumlu olması gerekir.”

Bu noktada reklamlara dair yapacağım analiz, bu hipotezleri desteklemek adına olacaktır. Bu analiz kapsamında ve öncesinde ele aldığım konular ise, bu hipotezle paralel olarak şu sorulara yanıt bulma amacını taşımaktadır:

I. Reklamlar heteroseksizmin yeniden üretiminde nasıl bir rolü üstleniyor?

II. Medya bir ideoloji olarak heteroseksizmi ne şekilde yeniden üretiyor?

III. Reklamlarda niçin sadece heteroseksüeller görünüyor?

IV. Niçin heteroseksüelite tek meşru yönelim olarak kurgulanmakta?

V. Heteroseksizmin toplumsal cinsiyetle bağlantısı nedir?

VI. Heteroseksizmle paralel olarak toplumsal cinsiyetin yarattığı ikilik anlayışı reklamlara nasıl yansıyor?

5.1.4 Araştırmanın Türü

Araştırmamın türü ise *destekleyici araştırmadır*. Halil Seyidoğlu, destekleyici araştırmayı şu şekilde tanımlar:

“Bilgilerin yorumuna dayalı araştırmalardır. Başka bir deyişle, tartışmalı bir konuda belirli bir görüşü savunmaya yönelik çalışmalardır. Yazar, konu hakkında kendi görüş ve analizlerini aktarma ve bu görüşün doğruluğu konusunda okuyucuyu ikna etme amacındadır.”³³⁸

5.2. REKLAMLARDA HETEROSEKSÜEL TEMSİLLER

Medyanın tamamında olduğu gibi, reklamlarda da heteroseksüeller oldukça geniş bir çeşitlilikte gösterilirler. Farklı meslek gruplarından, yaşlardan, cinsiyetlerden, ırklardan, milletlerden heteroseksüelleri görmek mümkündür. Heteroseksüellerin kurdukları aileler, birbirleriyle olan ilişkiler, aşklar, kıskançlıklar da sürekli olarak görünür kılınır. Heteroseksüellerin kurdukları aileler, mutluluğun, huzurun, bolluğun kaynağı olarak gösterilir. Benzer bir biçimde reklamlarda heteroseksüellerin aşkları, cinsellikleri; güzelliğin, canlılığın, hayatın kaynağı olarak yer alır. Reklamlardaki diğer karakterler, heteroseksüellerin aşklarını desteklerler; hatta tüm dünya adeta bu aşkın çevresinde şekillenir.

Reklamlardaki bu temsil, medyadaki gün boyunca tekrarlanan temsillerle paralellik göstermektedir. Tıpkı reklamlarda olduğu gibi dizilerde de, magazin haberlerinde de, yarışmalarda da, televizyon programlarında da heteroseksüellerin aşkları, ilişkileri, entrikaları, başarıları, aileleri, cinsellikleri hep tekrar edilir durur.

³³⁸ Halil Seyidoğlu, **Bilimsel Araştırma ve Yazma El Kitabı**, 9. baskı, İstanbul: Güzem Can Yayınları, 2003, ss.34-35

Ancak bu çeşitliliğe rağmen, heteroseksüellerin aralarındaki ilişki; özellikle de heteroseksüel aileler ve heteroseksüel aşk, belirli kurallara uymak zorundadır. Bu kuralların işlevi, temelde heteroseksizmin meşruluğunu korumaktır. Nitekim sadece heteroseksüellerin dışındaki kimliklerin görünmesi değil, heteroseksüel ilişkilerin heteroseksizme ve toplumsal cinsiyete dayalı temel kurallarının dışına çıkması da heteroseksist söylemi sarsacaktır. Bu yüzden reklamlardaki heteroseksüel görünürlüğü bu kurallara riayet etmek durumundadır.

Aşağıda ele alınan reklamlar, bu temel kurallara nasıl riayet edildiğini gösterdiği için ilgi çekicidir. Görüleceği gibi heteroseksizm, sadece cinsel azınlık görünmezliği sayesinde değil, ama aynı zamanda heteroseksüellerin görünme biçimleri sayesinde de varlığını sürdürür.

5.2.1. Reklamlarda Heteroseksüel Ailenin Temsili

Foucault, *Cinselliğin Tarihi*'nde modernizmle birlikte sadece cinsellik üzerine söylemlerin ve kurumların şekillenmediğini, ama aynı zamanda heteroseksüel çekirdek ailenin *merkezleştirildiğini* anlatır. Heteroseksüel çekirdek ailenin merkezleştirilmesi, cinsellik üzerine geliştirilen özel bilgi ve iktidar tertiplerinin bir parçasıdır. Daha önce de ele aldığım gibi heteroseksüel ailenin merkezleştirilmesi ve heteroseksüelite dışında kalanların *sapkınlaştırılması* süreci, öncelikli olarak kadın bedeninin bütünüyle cinsellikle bağdaştırılmasıyla başlar. Cinsellikle bağdaştırılan kadın bedeni, *biyo-iktidarın* bir nesnesi olarak doğumla ve çocuk bakımıyla sorumlu tutulur. Özne olmaktan çıkarılan kadın bedenine toplumsal bir değer / bir anlam atfedilir.

Monique Wittig ve Heidi Hartmann gibi feminist düşünürler ise, kadın bedeninin, heteroseksüel çekirdek ailenin bir parçası olarak toplumsallaştırılmasının bir sömürü biçimi olduğuna dikkat çekmiştir. Wittig'e göre kadın, doğurarak neslin devamını sağlaması, erkeğin her istediğinde cinsellik ihtiyacını gidermesi ve evde ücretsiz olarak çalıştırılabilmesi için *heteroseksüelleştirilmiştir*. Heteroseksüelleştirilme

sayesinde kadın, onu sömüren erkeğe bağımlı hale gelmiştir. Benzer bir biçimde Hartmann, heteroseksüel ailenin biyolojik yeniden üretimi çoğunlukla sorunsuz bir şekilde yerine getirdiği için tarih boyunca desteklenen / meşrulaştırılan akıllıca bir formül olduğuna dikkat çekmiştir. Louise Althusser ise, emek gücünün yeniden üretilmesi için işçilerin heteroseksüel aile kurarak çocuk sahibi olmaları, yani geleceğin işçilerini yetiştirmeleri gerektiğini söylemiştir.



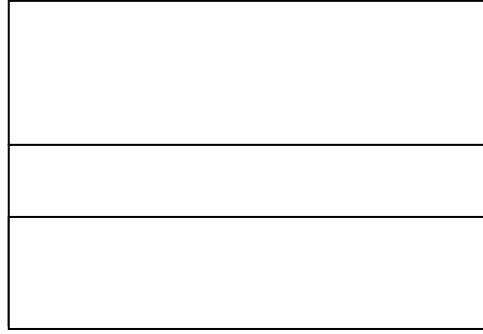
Görsel 1: Arçelik reklamı

Daha önceki bölümlerde detaylı bir biçimde ele aldığım bu eleştiriler ışığında reklamlara baktığımızda, reklamlarda gösterilen heteroseksüel çekirdek ailenin bu düşünürlerin dikkat çektikleri söylem biçimleriyle şekillendiğini görebiliriz.

Örneğin Arçelik'in 1986 yılında yayımladığı bir basılı reklam(Görsel 1), söz konusu düşünürlerin bahsettiği söylemlerle paralellik içindedir. Reklamın sol tarafında yer alan görsel, baba / anne / çocuktan oluşan tipik bir heteroseksüel çekirdek aileyi gösterir. Reklamın görseli ve metni, heteroseksüel çekirdek aileyi tanımlar niteliktedir.

Görsele, Foucault'nun *biyo-iktidar* ve kadın bedeninin toplumsal alana taşınmasına yönelik söyledikleri çerçevesinden baktığımızda bir suru ipucu yakalamak mümkün. Her şeyden önce çocuk, kadının kucağındadır. Hatırlanacağı üzere biyo-iktidarın nesneleştirdiği kadın bedeni, doğumla ve çocuk bakımıyla sorumlu tutulmuştur. Çocuk bakımıyla sorumlu tutulan kadın, toplumsal cinsiyet hiyerarşisiyle şekillenen heteroseksüel ailede erkeğin altında yer alır.

Reklamın görselinde bu çok iyi bir şekilde ifade edilmiştir. Eğer reklamın görseline paralel üç çizgi çeker ve bu çizgilerin her birine hiyerarşik bir değer yüklersek; erkeğin bulunduğu nokta en üst seviyeye denk gelirken, kadının bulunduğu seviye erkeğin altındadır. Çocuk ise en altta kalan seviyededir. Bu heteroseksüel çekirdek ailenin kendi içindeki hiyerarşik yapılanmasını özetler niteliktedir.



Şekil1: Arçelik reklamı

Nitekim birçok düşünür gibi Wittig de cinsiyetler arasında kurulan hiyerarşiye dikkat çekmiştir. Wittig'e göre kadınlık, ekonomik / sosyolojik / politik bir sınıftır. Üstelik ezilen bir sınıftır. Kadınların ezilen bir sınıf olarak varlığını sürdürebilmesi için, heteroseksüelleştirilmeleri gerekir. Nitekim bu reklamın görselinde de bunu görürüz. Kadın, başka bir kadınla bir araya gelerek bir aile kurmak yerine, bir erkekle bir araya gelmeyi tercih etmiş / tercih etmek zorunda kalmıştır. Zorunlu heteroseksüelleştirilmenin bir parçası olarak bunu yapmak zorundadır.

Söz konusu reklam, heteroseksüel ailenin ücretli işgücüne katılımı konusunda da birçok ipucu verir. Ailenin hiyerarşisinde en üstte yer alan erkek, takım elbiseyle poz vermiştir. Kabul edileceği üzere takım elbise, iş gücü sahibi olmanın bir göstergesidir. Oysaki kadının giydiği kıyafetlerden çalışıp çalışmadığını çıkarmak güç... Kadının ücretli işgücüne katılıp katılmadığına dair bu görsel üzerinden iki okuma yapmak mümkün: Çocuğu kucağında tutan kadın, Witig ve Hartmann'ın eleştirilerinden yola

çıkığımızda aslında sadece çocuk bakmakla yükümlüdür. Ekonomik anlamda “erkeğine” bağlı olduğu heteroseksist yapı içinde, ondan ücretli işgücüne katılması değil, doğurması ve çocuk bakması beklenmektedir.

Bir diğer okumayı ise, kıyafetlerindeki belirsizlik üzerinden yapabiliriz. Bu belirsizliği bir eğretilime olarak kabul ettiğimizde; kadının kıyafeti ile iş gücüne katılımındaki belirsizlik arasında bir paralellik kurabiliriz. Çalışsa bile, paralı iş gücüne katılımdan edindiği kazanç, erkekten bağımsız bir biçimde ayakta durmasına yetmeyecek derecede azdır. Nitekim bu belirsizlik / siliklik durumu, erkeğin giydiği kıyafetlerdeki baskın renklerden farklı olarak, arka fondaki beyazla yitip gidecek derecede açık renkli bir kıyafet giyinmesiyle de vurgulanmıştır.

Ayrıca, kıyafetinin fondaki beyazda yitip gidecek derecede belirsiz rengi, kadının kimliğindeki silikliği de imlemektedir. Wittig’in deyimiyle heteroseksüelleştirilerek, erkeğe bağımlı hale getirilen kadın, erkekten bağımsız var olamayacak derece sömürülmüş / zayıf bırakılmıştır. Kimliği büyük oranda kucağına oturtulan çocukla tepesinde dikilen erkek arasında sıkıştırılmış / onlara bağımlı hale getirilmiştir.

Reklamdaki metin ise, çocuğun ağzından yazılmıştır ve az önce ele aldığım söylemlerin sağlamasını yapar niteliktedir. Çocuk söze heteroseksüel ailenin tanımını yapmakla başlar. Dört kişilik bir ailenin üyeleri olarak önce annesini, sonra babasını, sonra kendisini ve en son Arçelik’i sayar. Hatırlanacağı üzere ilk bölümde yer verdiğim toplumsal cinsiyete dair psikanalitik yaklaşıma göre çocuk, hayatının ilk yıllarında annesini, kendi varlığının bir uzantısı olarak görür. Freud’un *iğdiş edilme korkusu*, Lacan’ın *ayna evresi* olarak tanımladığı sürecin sonunda bu bağlantı kopar. Babanın varlığı ise sonraki etapta belirmeye başlar.

Çocuk, heteroseksüel ailenin hiyerarşik yapısında, doğumundan itibaren onunla ilgilenen ve kimliğinin oluşumundaki pre-ödüpal dönemde belirleyici faktör olan anneyi, kendine daha yakın görmektedir. Bu açıdan bakıldığında Arçelik reklamındaki çocuğun, ailesinin üyelerini sayarken, öncelikli olarak annesine değinmesi anlamlıdır. Daha sonra

ise, kimliğinin gelişiminde dramatik bir etkiye sahip olan babayı saymaktadır. Nitekim o hiyerarşik yapılanmada ona en uzak olan taraf babadır.

Babanın devreye girmesiyle birlikte kadın-erkek ikiliğinden beslenen heteroseksist yapı da şekillenmeye başlar. Daha önce Judith Butler bu konuya dikkat çekmişti. Ödipal süreç, çocuğun heteronormu öğrendiğı ilk önemli kırılmadır. Ödipal süreçle birlikte çocuk, anne-baba/kadın-erkekten oluşan heteroseksist yapının içine doğru çekilir.

Heteroseksüel ailenin kendi içindeki hiyerarşik yapısı, Baliscreme reklamında da (Görsel 2) karşımıza çıkar. Bu reklamda baba, anne-baba-çocuktan oluşan heteroseksüel aile kümesinin en dıştaki kapsayıcı halkasını teşkil eder. Baba, iktidar alanıyla, tüm aile kümesini kapsayan en dıştaki halkayı oluştururken; anne ortadaki halkayı, çocuk ise en içteki halkayı oluşturmaktadır. (Şekil 2)



Görsel 2: Baliscreme reklamı

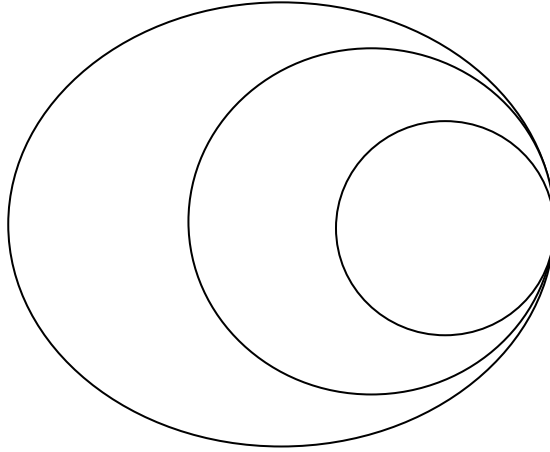
Bu durum, Arçelik reklamında temsil edilen heteroseksüel ailenin kendi içindeki hiyerarşik yapılanmasıyla aynıdır. Hatta tıpkı Arçelik reklamında olduğu gibi Baliscreme reklamında da, kadının bedeni/kimliğı, erkeğin kucaklayan / kenetleyen / sıkıştıran rolü ile kucağında tuttuğı bebeğin ona bağımlı oluşu arasında sıkışıp kalmıştır.

Eğer kucaklama eylemini, bireye yüklenen rollerin / sorumlulukların eğretilmesi olarak yorumlarsak, bu reklam bize ilginç bir ipucu verir.

Dikkatli bakarsak, çocuğu kucaklayan annedir. Heteroseksizmin ve toplumsal cinsiyetin kadına yüklediği en temel sorumlulukların arasında doğurmak ve çocuk bakmak vardır. Nitekim bu reklamda da çocukla bizzat ilgilenen taraf kadın gibi görünür; çünkü çocuk kadının kucağındadır.

Heteroseksizm ve toplumsal cinsiyet normlarında erkeğin üstlenmesi gereken rol ise, evlenip aile kuracak maddi olgunluğa erişebilmektir. Aileyi kuran erkek, ailedeki kadına ve çocuklara bakabilecek kadar eli ekmek tutmalıdır. Bu reklamda erkeğin kucaklama eylemi bu sorumlulukla paralellik gösterir. Erkek, en dıştaki tüm aileyi kucaklayan halka olarak kadının ve çocuğun refahından sorumludur.

Heteroseksüel aileye dair bu hiyerarşik yapılanma, heteroseksüel ailenin konu edinildiği reklamların hemen hepsinde benzer bir biçimde karşımıza çıkar. Hepsinde erkek(baba), ailenin reisi olarak, ya en dıştaki kapsayıcı halka şeklinde ya da tüm ailenin üstünde yer alan seviyede karşımıza çıkar. Burada, erkeğin egemenliğinin imlenmesinin yanı sıra, erkekten beklenen aileyi kanatları altına alma eylemi de temsil edilmiş olur.



Şekil 2: Baliscreme reklamı

Babanın üstlenmesi gereken tüm aileyi kanatları altına alma / kucaklama rolü, bir tekstil markası olan B&M Club'ün 90'lı yıllarındaki bir reklamında da (Görsel 3) karşımıza çıkar.

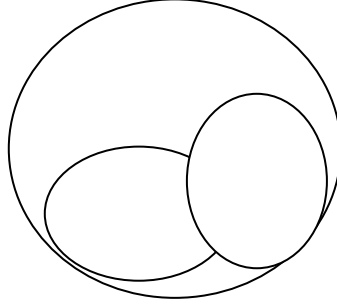


Görsel 3: B&M Club Reklamı

Reklamda anne ve çocuk babanın kucağına oturmuştur. Baba bir kolunu anneye atmışken, diğer kolunu çocuğa atmıştır. Bu kucaklama eylemini bacaklarının konumuyla da pekiştirir. Çocuk ve annenin bacakları, babanın bacakları arasına denk gelmektedir.

Her ne kadar kadının ve erkeğin görseldeki konumları eşit gibi görünse de, kucaklama eylemi sayesinde, heteroseksüel ailenin hiyerarşik yapılanması bozulmamış olur. (Şekil 3)

Erkeğe yüklenen “aileyi kucaklama” / “aileyi kanatları altına alma” sorumluluğuna karşılık kadının heteroseksüel aile içindeki sorumluluğu, tüm varlığını çocuğuna ve erkeğine adamaktır. Reklamlardaki kadınların mutluluğu ve hatta yaşam amacı, erkeğin ve çocuğun mutluluğuna odaklanmış durumdadır. Erkek ve çocuk hayattan memnun kaldığı ölçüde, kadın da memnun kalır. Başka bir ifadeyle var oluşu onlara bağımlıdır.



Şekil 3: B&M Club

Mine Gencil Bek ve Mutlu Binark, erkek egemen kültürün kadına yüklediği annelik ve eşlik rollerinin reklamlarda sık sık karşımıza çıktığını belirtir. Reklamlarda gösterilen heteroseksüel ailelerdeki kadınlar, temizlik, yemek ve çocuk bakımından oluşan bir üçgenin içine hapsolmuş durumdadırlar. Var oldukları mekânlar ise banyo, mutfak ve alışveriş merkezlerinden oluşan başka bir üçgenle sınırlandırılmıştır. Ancak hiçbiri bu durumdan rahatsız görünmez. Heteroseksüel ailenin kendi içindeki dinamiklerine uyumlu olmaktan ötürü hepsi mutludur.³³⁹ Aksine bu dinamiklerle uyumlu olmadıkları durumlarda / kendilerinden beklenen rolleri hakkıyla yerine getiremediklerinde mutsuz olurlar.

Nurhan Babür Tosun'un *Reklam Aracı Olarak Kadın* başlıklı makalesinde belirttiği üzere, son dönemlerde heteroseksüel aile içindeki kadın, ev ve alışveriş merkezlerinden çıkarak iş ortamında da görünür olmaya başlamıştır. Her ne kadar meslek sahibi olsa da, heteroseksist aile düzenini bozmamak adına, bir yandan çocuğuna bakmaya, diğer yandan da eşiyle ilgilenmeye devam eder. Yaratılan bu yeni kimlik parçalı bir kimliktir: Hem meslek sahibi, hem anne, hem eş, hem de bakımlı kadın... Başka bir ifadeyle “süper bir kadındır artık o”.³⁴⁰ “Süper kadın modeli”, kadının

³³⁹ Mine Gencil Bek, Mutlu Binark, **Medya ve Cinsiyetçilik**, Ankara: Ankara Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi, 2000, s.7

³⁴⁰ Nurhan Babür Tosun, **“Reklam Aracı Olarak Kadın”** *Kadın Çalışmaları Dergisi*, sayı 1, cilt 1, s.92.

ücretli iş gücüne katılımındaki artan oranlara karşılık üretilmiş zekice bir formüldür. Bu formül sayesinde kadın, çalışmasına rağmen, heteroseksüel aileden ve heteroseksüel ailenin kadına yüklediği annelik ve eşlik rollerinden uzaklaşmamış olur. Böylece kadının ücretli iş gücüne katılımının heteroseksüel aile üzerinde yaratacağı sarsıntı engellenir. Ayrıca heteroseksüel ailenin kendi içindeki kuralları da korunmuş olur.

Orkid'in "Çocuk da yaparım, kariyer de" sloganlı reklamlar bu süper kadın modelini çok güzel dile getirmektedir. Bu reklamlar, kadının kendi ayakları üzerinde durmasının, kariyerinde yükselmesinin; çocuk yapması, çocuğuyla / eşiyle / eviyle ilgilenmesin de bir engel olmadığını söylemektedir.³⁴¹ Başka bir ifadeyle, bir kadın ekonomik özgürlüğüne ulaşsa da, heteroseksist yapıdan uzaklaşamaz.

Kimi zaman reklamlar, bir bireyin yaşam boyunca izlemesi gereken yolu gösterir. Elbette ki bu yolun en önemli adımı karşı cinsten bir eş bulup evlenmek, dolayısıyla aile kurmaktır. Bu tarz reklamlara verilebilecek örneklerden biri 2009 yılında Hanımeller için çekilen televizyon reklamıdır. (Görsel Grubu 1)

Söz konusu televizyon reklamında, bir annenin gözünden heteroseksüel bir erkeğin yaşamından kesitleri görürüz. Reklamın kahramanı doğar, okula gider, mezun olur, askere gider, parkta karşı cinsten biriyle karşılaşır ve reklamın sonunda bu kişiyle evlenir. Reklam bu evlenme karesiyle sonlanır.

Bir bakıma reklamda ifade bulan nihai amaç "güzel bir kadınla" evlenerek aile kurmaktır. Erkeğin bunu yapabilmesi için, öncelikle okuması, askere gitmesi ve para kazanması gerekir. Tüm bu evrelerden geçtikten sonra, heteroseksüel bir ailenin sorumluluğunu üzerine alacak derecede "olgunlaşmış" olur. Böylece daha önceki reklamlarda olduğu gibi, tüm aileyi *kucaklayabilir*.

Hanımeller reklamının metni ise, heteroseksüel aile içindeki başka bir döngüyü dile getirir. Reklamda fotoğraf kareleri akarken fondaki erkek sesi, reklamda gösterilen karakterin annesine olan bağlılığını ifade eden cümleler kurar. Okula gittiği ilk günün fotoğrafı gösterilirken, "Hiç ayrılmak istemeyip buna mecbur kalsan da," askerde

³⁴¹ Elden, Ulukök ve Yeygel, s.529

çekilen fotoğraf sırasında ise “Çok uzaklara gidip ona kavuşmak için gün saysan da” denmektedir. Annesine bağlı olan erkek çocuk, hayatının en önemli dönüm noktası şeklinde gösterilen “bir kadınla tanışma” ve “o kadınla evlenme” karelerinde ise, fondaki ses “Bir gün hayatının aşkını bulup onu aramayı unutsan da” der. Bu son cümle diğer cümlelere oranla farklı bir anlam taşımaktadır.

İlk iki cümle erkeğin annesine olan bağlılığını / bağımlılığını dile getirirken, son cümle erkeğin annesiyle kurduğu bu bağlılık / bağımlılık ilişkisinin koptuğunu ifade eder. Bu kopmanın sebebi erkeğin hayatına başka bir kadının girmesidir. Başka bir ifadeyle, annesinin hayatında kapladığı yeri, artık evlendiği kadın kaplamaktadır.

Bu dönüşüm bize başka bir şeyi daha gösterir. Eğer reklamdaki bu heteroseksüel erkeği Connell’in *hegemonik erkeklik* olarak ifade ettiği modellerinden biri olarak görürsek, anne ve eş *hegemonik erkeğe boyun eğen kadın* modellerini temsil etmektedir. Hegemonik erkeğin yaşam döngüsünde, annenin üstlendiği rolü, bir müddet sonra eş üstlenmektedir.

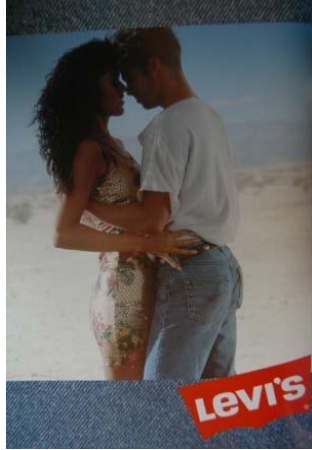
Bu dramatik dönüşüm, heteroseksüel erkek çocuğu içinde yetiştiği heteroseksüel çekirdek aileden uzaklaştırarak kendi heteroseksüel ailesini kurmaya itecektir. Elbette bu aile Freud’un *iğdiş edilme*, Lacan’ın *ayna evresi* olarak tanımladığı süreçten itibaren çocuğun içine çekildiği heteronormatif yapıyla uyumluluk gösterecektir. Çocuk, hayatı boyunca heteroseksist yapı içinde öğrendiği toplumsal cinsiyete dayalı ikili mantığı kendi ailesinde de tekrarlayarak, heteroseksizmin yeniden üretilmesi sürecinde üzerine düşen görevi yerine getirecektir.

Birazdan ele alacağım reklamlar ise, erkekler ve kadınlar arasındaki heteroseksüel ilişkilerin dinamiklerini ve bu dinamikler sayesinde dolaşıma sokulan heteroseksizmi göstermektedir.



Görsel Grubu 1: Hanımeller Reklamı

5.2.2. Reklamlarda Heteroseksüel Aşkın Temsili



Görsel 4: Levi's Reklamı



Görsel 5: Lagerfeld Reklamı

Hatırlanacağı gibi, Butler zorunlu ve doğallaştırılmış heteroseksüelliğin ikili ve zıtlığa dayalı bir toplumsal cinsiyet algısına ihtiyaç duyduğunu söylemekteydi. Butler'ın

heteroseksüel matris olarak özetlediği bu ikilik algısında maskülen tarafın feminen taraftan, feminen tarafın da maskülen taraftan ayrılması ve farklılaşması gerekmektedir. Bu iki taraf birbirinin zıttı / birbirinin ötekisi olmak zorundadır. Bu farklılaşmaya / zıtlığa / ötekiliğe dayalı anlayış, heteroseksüel tutkunun *performe edilmesi*, bu tutkunun pratiği dökülmesi ile pekişmektedir.

Cinsiyetler birbirinden farklılaştırılmış olsa da, R.W.Connell’ın belirttiği gibi, insanlık tutkuyu zıtlıklar üzerinden inşa etme yoluna gitmektedir. Nitekim düşünce tarihi bu tarz zıtlıkların gerekli olduğuna dair örneklerle doludur. Antik Yunan felsefesi kadın ve erkek arasındaki karşıtlığı doğa ve insan zihni arasındaki karşıtlığa benzetirken, Kant bu karşıtlığın “ahenkli bir birlik oluşturmak” için gerekli olduğunu savunuyordu.

Heteroseksüel aşk, büyük oranda bu farklılaştırılmış cinsiyetler fikri üzerine kurulmuştur. Bu aşkın bir tarafı hiç şüphesiz ki Connell’ın belirttiği *hegemonik erkektir*. İlk bölümde üzerinde uzunca durduğum bu kavram, kadınları ve kendinden aşağı tabakadaki diğer erkekleri zapturapt altında tutan erkek modelidir. Her erkeğin, hegemonik erkek olması beklenir. Nitekim başta çizgi film, çizgi roman karakterleri olmak üzere popüler kültür hegemonik erkeklikle doludur. Bu erkekler, toplumsal düzende en üst seviyede yer alır ve sürekli savaşı, dövüşür, mücadele eder; sevdiği kadını / ailesini / içinde yaşadığı toplumu / tüm dünyayı tehlikelere karşı korur.

Hegemonik erkeğin karşısında, hegemonik kadın yer almaz. Toplum hegemonik kadınlığı değil, *hegemonik erkeğe boyun eğen kadın*ı üretmiştir. Çok küçük yaşlardan itibaren kadınlardan, bu modele uygun bir rol üstlenmeleri beklenir. Bu rol genç kadınlar için hegemonik erkeğin güzel / seksi eşi; olgun ve yaşlı kadınlar içinse anne şeklinde karşımıza çıkar.

Heteroseksüel aşkın konu edildiği reklamlarda karşımıza çıkan *hegemonik erkeğe boyun eğen kadın* modeli, güzel / seksi eştir. Levi’s’in (Görsel 4) ve Lagerfeld’in (Görsel 5) reklamlarında bu tip bir kadın modeli karşımıza çıkar. Her iki kadının ortak birçok yanı vardır.

Her şeyden önce her iki kadın da reklamda görünen hegemonik erkeğin hegemonyası altındadır. Levi's'in reklamında bu hegemonya fiziksel bir kuşatma şeklinde karşımıza çıkar. Reklamdaki erkek, kadını güçlü kollarıyla sarmıştır. Erkeğin kollarındaki gerginlikten ve kadının duruşundan anladığımız kadarıyla, erkek kadını kendine doğru çekmiştir. Kadınsa belli belirsiz bir el hareketiyle bu eyleme karşılık vermektedir. Bu karşılığın olumlu ya da olumsuz olduğuna dair bir ipucu yok; ancak kadının eyleminin, erkeğin eyleminin yanında oldukça silik / pasif kaldığı belli.

Reklamdaki erkeğin bu sert / belirgin eylemi karşısında kadının belirsiz / silik eylemi, heteroseksüel aşkın heteroseksist dinamiklerinden birini imlemektedir. Heteroseksüel aşka dair tarih boyunca yüklenen anlamlar, erkeği aktif kadını ise pasif taraf olarak kurgulamak yönünde olmuştur. Bu zıtlığın insanlık tarihindeki / düşün tarihindeki bağlamı oldukça köklüdür. Yaratılan bu ikiliğin, doğa / medeniyet, beden / akıl, duygu / mantık ikiliğiyle sıkı bağları vardır. Tarih boyunca kadın hep doğanın, bedeninin ve duygunun izdüşümü olarak kurgulanırken, erkek doğayı kontrol altında tutan medeniyet, bedeni dizginleyen akıl, duygulara üstün çıkması gereken mantık olarak kurgulanmıştır. Bu noktada kadına yüklenen değerlerin, özellikle Batı medeniyetindeki karşılıkları olumsuzdur. Çünkü Batı medeniyeti, aklın üstünlüğünü savuna gelmiştir. Aklın üstünlüğü erkekle ve erkeğin eylemliliğiyle özdeşleştirilirken, duyguların zayıflığı kadının eylemsizliği ya da erkeğin eylemleri etkisiyle şekillenmesiyle özdeşleştirilmiştir.

Bu reklamdaki erkeğin kadını kavrayan kollarını, insan aklının doğaya hükmeden gücü ya da duyguları / bedeni dizginleyen mantık olarak görmek mümkün... Her şeyden öte bu kavrayan kollar / erkeğin bu belirgin eylemi "özne"yi temsil eder. Doğa / beden / duygu nasıl öznenin nesnesi olarak her yöne çekilebiliyorsa, bu reklamdaki kadın da erkeğin nesnesi haline gelerek, erkeğin çektiği yöne doğru savrulur.

Eylemle özne olma arasındaki bağı Lagerfeld reklamında da gözlemek mümkün. Bu reklamda eylem fotoğraf çekmek / gözetlemek şeklinde karşımıza çıkar. Kadının arkasında yer alan erkek, kadının fotoğrafını çekmektedir. Kadın tıpkı Levi's reklamında olduğu gibi ya eylemsizdir ya da eylemi çok siliktir. Levi's reklamında

kadın, erkeğin onu kavrayan kolları tarafından savrulurken, Lagerfeld reklamında erkeğin onu izleyen bakışlarına bırakmıştır kendini. Bir tarafta kucaklanan / kavranılan bir nesneye dönüşen kadın, diğer tarafta seyredilen / fotoğrafı çekilen bir nesneye dönüşür.

John Berger *Görme Biçimleri*'nde bu konuya dikkat çeker. Berger, batı sanatında kadın çıplaklığının sürekli yinelenen bir konu olduğunu söylemektedir. Kadın Avrupa sanatında çıplak bir biçimde seyredilen bir nesne olarak girerken, erkekler eylemleriyle girerler. "Bunu şöyle yalınlaştırabiliriz: erkekler *davrandıkları gibi*, kadınlarsa *göründükleri gibidir*."³⁴²

Berger bu noktada ilginç bir detayı aydınlatır. Resimlerde karşımıza çıkan kadınlar, aslında resimdeki diğer erkeklerle pek ilgilenmiyor gibidirler. Hatta çoğu kez onu kucaklayan, onu seyreden erkeğe bakmaz; seyirciye bakarlar. Aslında bedenini resimdeki diğer erkekler için değil, erkek olarak kabul edilen resim dışındaki / resmi izleyen erkek izleyiciler için seyir nesnesine dönüştürür:

"Sıradan Avrupa nü resimlerinde asıl kahraman hiçbir zaman resimde görünmez. O resmin önündeki seyircidir ve erkek olarak kabul edilir. Her şey ona göre yapılmıştır. Her şey onun orada bulunmasından dolayı olmuş gibi görünmelidir. Resimdeki vücutların nüleşmesi onun içindir."³⁴³

Nitekim reklamlarda seyretme / gözetleme eyleminin bir nesnesi haline dönüşen kadınlar da hemen her seferinde reklamın dışındaki heteroseksüel erkeğe bakarlar. Lagerfeld reklamında, dikkatli bakılırsa kadının aslında reklamın dışındaki erkek tüketiciye yöneldiğini görmemiz mümkün.

Screen eleştirmenlerinden Laura Mulvey de bu konuya dikkat çekmektedir. Mulvey, sinemada kameranın, dolayısıyla seyircinin bakışının heteroseksüel erkek egemen olduğunu söyler. Erkek egemen bir bakış açısı sunan kamera, dünyayı da erkek egemen bir biçimde yorumlamamızda etkili olur. Lagerfeld reklamındaki erkek karakter

³⁴² John Berger, *Görme Biçimleri*, ç.Yurdanur Salman, 13. Basım, İstanbul: Metis Yayınları, 2007, s.47

³⁴³ Berger, s.54

elinde tuttuğu kamerayla, Mulvey'in bu yorumunu çağrıştırır. Hem reklamdaki erkek, hem de reklamın dışındaki erkek egemen zihniyet, hep birlikte kadını gözetlemektedir.

Her iki reklamın bir diğerk ortak noktası bu seyretme / gözetleme eyleminin bir parçası olan kadın bedeninin çıplaklığıdır. Her iki reklamda da kadının bedeni, reklamdaki erkeklerle karşılaştırıldığında ilk bakışta anlaşılacak derecede çıplaktır. Levi's reklamında, erkeğin bedeninin bir parçasını sadece kısa kollu tişörtü sayesinde görebiliriz. Ancak kollarının görünme amacı, erkeğin gücüne vurgu yapmaktır. Dikkatli bakılırsa, kolları kasılmıştır ve buradan yola çıkarak kadını kavradığını anlarız. Reklamdaki erkeğin sadece kolları görünürken, kadının bacakları, boynu, omuzları, kolları görünmektedir. Lagerfeld reklamında ise erkek bedenine dair herhangi bir çıplaklık göremeyiz. Ancak kadının boynu, omuzları, göğsü görünür. Üstelik çıplaklık duygusunun arttırılması için, üzerinde havlu vardır. Kadın havluyu düşmemesi için sıkıca kavramıştır. Belli ki düşerse, tamamen çıplak kalacaktır.

Reklamlarda heteroseksüel aşk çoğu kez cinsellikle bağdaştırılarak ele alınır. Bu reklamların ikisinde de bunu görmemiz mümkün. Her iki reklamda da cinselliği çağrıştıran bazı detaylar var. Reklamlarda kullanılan cinsellik çoğu kez kadın bedeni üzerine odaklanır. Kadın bedeninin teşhirine dayalı heteroseksüel cinsellik, otomobilden kozmetik ürünlerinin tanıtımına, kozmetik ürünlerin tanıtımından da alkol ve sigara tanıtımlarına kadar, çok geniş bir yelpazede kullanılır. Anlaşılan işe de yarıyor. Nitekim kadın bedeninin teşhirine dayalı cinselliğin reklamlarda kullanıldığı son örneklerden biri bunu gösteriyor.



Görsel Grubu2: X10

Ürünlerini internet üzerinden satan X10 markası, reklamlarında kadın bedenini kullanınca satışlarını artırdı. X10, ilk kez küçük kameralar üzerinde bu tekniği uygulamıştı. Reklamda çekici bir kadın görseli ve kameranın kullanılabileceği yerler arasında yatak odasına yer verilince, küçük kamera satışları arttı. Hatta X10, Mayıs 2001’de, Amerika’daki en çok ziyaret edilen beş siteden biri oldu.³⁴⁴

Günümüzde X10 bu tekniği uygulamaya devam ediyor. (Görsel Grubu 2) Bilgisayar, aydınlatma sistemleri ya da kamera gibi, aslında cinsellikle pek de ilgisi olmayan bu ürünler, kadın bedeninin teşhiri ile tanıtılıyor. X10’un hedef kitlesi erkeklerden oluşuyor ve aslında erkeklere yönelen birçok markanın tanıtımında bu türden bir cinsellik çok uzun zamandan beri kullanılan ve işe yarayan bir yöntemdir.

Amerikan reklamlarında kadın bedeninin dikkat çekmek üzere kullanılmaya başlanması, 19 yy.ın sonlarına denk gelir. O dönem özellikle sigara reklamlarında korseli ya da eteklerini sıyırmış kadınların görselleri kullanılıyordu.³⁴⁵ Omuzlarını sıyırmış, göğüsleri açık kadın görselleri, markaların farklılaşma adına kullandıkları

³⁴⁴ Tom Reichert, **Reklamcılığın Erotik Tarihi**, ç. Lidya Yazmacıyan ve Vahit Bora, İstanbul: Güncel Yayıncılık, 2004, s.36

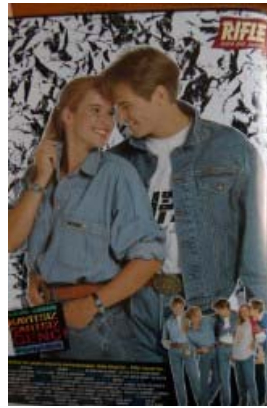
³⁴⁵ Reichert, s.27

yöntemlerdi. Her sigara paketinin üstünde yarı çıplak bir kadın görseli yer alıyordu.³⁴⁶ Kadınlar giyinik şekilde gösterilse bile, üzerlerine giydikleri dar kıyafetlerden dolayı göğüsleri ve kalçaları belirgin hale getiriliyordu.³⁴⁷

Bu açıdan bakıldığında, reklamlarda gösterilen heteroseksüel cinselliği büyük oranda kadın bedeni üzerinden şekillenir. Reklamda erkek olsa da, olmasa da çoğunlukla kadın bedeni ön plandadır. Erkek yer aldığı ise, erkeğin eylemi kadın bedenine yönelir. Kadın bedeni ise çoğunlukla bu eyleme bırakmıştır kendini.



Görsel 6: Seiko



Görsel 7: Rifle



Görsel 8: Haftasonu

Örneğin bir saat markası olan Seiko'nun Türkiye'ye geldiği 70'li yıllarda yapılan bir reklam (Görsel 6) reklamın dışındaki “erkek seyirciye” baygın bakışlarını yönelten bir kadını gösterir. Yüzünü göremediğimiz bir adam, bu kadına sarılmıştır. Kadının dudağına götürdüğü parmağından anladığımız kadarıyla, eylemi gerçekleştiren yine erkektir. Erkek bütün vücuduyla kadını sarmıştır. Erkek kadına sarılırken, kadın “Seiko şimdi Türkiye’de” der. Bu cümleden çıkarabileceğimiz sonuç, reklamda gösterilen sarılma eyleminin aslında, bir kavuşmayı; markayla kavuşmayı ifade ettiğidir. Bu cümleyi kadın sarf ettiği için Seiko, yüzünü göremediğimiz kadına sarılan adam

³⁴⁶ Reichert, s.58

³⁴⁷ Reichert, s.77

şeklinde karşımıza çıkar. Seiko markasının erkek olarak reklamda yer alması, reklamın hedef kitlesi olan erkeklerle de bağlantılıdır.

Sarılma / kucaklama eylemi Rifle (Görsel 7), Haftasonu (Görsel 8) ve Bosch (Görsel 9) reklamlarında da karşımıza çıkar. Rifle reklamında adam kadının beline sarılmışken, Haftasonu reklamında adam kadını tamamen kucağına almış ve adeta baş aşağı sarkıtmaktadır. Benzer bir biçimde Bosch reklamında da damat gelini belinden tutup aşağı doğru eğmektedir.



Görsel 9: Bosch

Heteroseksüel aile nasıl mutluluğun ve huzurun kaynağı olarak gösteriliyorsa, heteroseksüel aşk da benzer bir biçimde mutlulukla bağdaştırılır. Bosch'un reklamında bu açık bir biçimde karşımıza çıkmaktadır. Heteroseksüel evliliğin, eğer seçim doğru yapılırsa pırıl pırıl bir gelecek için atılan ilk adım olduğunu çıkarırız bu reklamdan.

İkinci bölümde ele aldığım gibi John D'Emilio, heteroseksüel aşkın yüceltilmesi ile ücretli paralı işgücüne katılımın ortaya çıkışı arasında bir bağ

kurmaktadır. D'Emilio, kapitalizm öncesi toplumlarda üretimin geleneksel geniş aile içinde gerçekleştiğini söyler. O dönemde aile fertlerinin her biri tükettikleri ürünlerin üretimine katılmaktadır. Ancak kapitalizmle birlikte üretim süreçleri de değişmeye başlamıştır. Artık insanlar tükettikleri ekmeği, giyindikleri kıyafeti üretmek zorunda değildir. Üretim geleneksel ailenin dışında, fabrikalarda gerçekleşmeye başlamıştır. Böyle olunca, üretimin gerçekleşebilmesi için geniş ailelere gerek kalmamıştır. Geleneksel geniş aile yerini çekirdek aileye bırakmıştır.

Ancak dönüşüm sadece ailenin yapısında yaşanmadı. Üretim için çocuk yapmaya gerek kalmayınca, heteroseksüel ilişkiler üreme merkezli olmaktan uzaklaşmaya başladı. Heteroseksüel ilişkinin üreme merkezli olmaktan çıkması / üretim için artık çocuğa ihtiyaç duyulmaması, aslında kapitalizm için bir tehdit oluşturmuştur. Çünkü Althusser'in belirttiği gibi, yeniden üretimin gerçekleşebilmesi için, sisteme yeni nesil işçilerin katılması gerekmektedir. Bunun sağlanabilmesi içinse, heteroseksüel ilişkilere aşk, sevgi, yakınlık, mutluluk ve şehvet anlamları yüklenmiştir. Böylece heteroseksüel aşk ve cinsellik yakınlığın kurulabileceği, mutluluğun sağlanabileceği ya da cinselliğin yaşanabileceği tek meşru alan olarak desteklenir olmuştur.

Bu gerekli bir çözümdür, çünkü sanayileşmeyle birlikte bireyleri ailelerine bağlayan bağlar da kopmaya başlamıştır. İnsanlar ancak evlerinden uzakta, fabrikalarda ücretli iş gücüne katılabilmektedir. Bu zayıflayan bağın kopmaması / sistemin devam edebilmesi için, heteroseksüel aşkın ve heteroseksüel ailenin kutsanması elzemdir.

Heteroseksüel aşk çevresinde şekillenen çoğu değer aslında kapitalizmle birlikte yayılan tüketim kültürünün bir parçasıdır. Heteroseksüel aşk temelli tüketim kültüründe reklamlar önemli bir konuma sahiptir.

Sut Jhally, yaşamlarımız tüketim kültürüyle iç içe geçtiği için, reklamlarda bize sunulan ve çoğumuzun da benimsediği değerlerin kökenlerini bilmediğimize dikkat çeker. Bu değerler öylesine doğallaştırılmış durumdadır ki, aslında yapay / kurgulanmış değerler olabileceklerini düşünmeyiz bile. Jhally bu noktada gül ve pırlantanın heteroseksüel aşkla kurulan bağını örnek verir. Pırlanta yüzük 1947'ye kadar, romantik bir değere sahip değildi. New Yorklu bir reklamcı olan N.W. Ayers tarafından ortaya

atılan “a diamond is forever” sloganıyla birlikte pırlanta heteroseksüel aşka dair sahip olduğumuz değerlerin bir parçası haline geldi.³⁴⁸

Bu basit örnek, kapitalist toplumlarda tüketim kültürünün bir parçası olan değer ve inançların reklamlar sayesinde nasıl yön bulduğunu / bulabileceğini gösterir. Sanayileşme öncesindeki tarım toplumlarında, günümüzde reklamın üstlendiği işlevi, aile, yakın tanıdıklar ya da din üstleniyordu. Bu aygıtlar sayesinde, hâkim değerler belirleniyor / yayılıyor / yeniden üretiliyordu.³⁴⁹



Görsel Grubu 3: Altınbaş

D’Emilio’nun ve Jhally’nin anlattıklarından yola çıkarak Altınbaş’ın 2009 yılında gösterime giren bir televizyon reklamını (Görsel Grubu 3) irdeleyebiliriz. Reklamda bir heteroseksüel çift birbirlerine oldukça yakın bir biçimde dans ederken fondaki erkek sesi şunları söyler: *Aşk paylaşılmak ister / O gözlerindeki ışığın sonsuza*

³⁴⁸ Sut Jhally, “Image Based Culture: Advertising and Popular Culture”, *Gender, Race and Class in Media*, edit. Gail Dines & Jean M. Humes, London: SAGE Publications, 1995, s.77

³⁴⁹ Jhally, s.78

dek içinde parlayacağını bilmek ister / Güzelliğin göz alıcı, yarattığı mutluluğun unutulmaz olduğunu bilmek... / Peki, bunları anlatabilmek mümkün müdür en saf haliyle? Ardından bir kadın sesinden oluşan reklamın cingılı devreye girerek: “Altınbaş, Anlat aşkını” der.

Altınbaş’ın reklamında pırlantaya yüklenen değer, 1945 yılında N.W. Ayers’in pırlantaya yüklediği değerle aynıdır. Ayers pırlanta için “a diamond is forever” demişti. Benzer bir biçimde Altınbaş da “O gözlerindeki ışığın sonsuza dek içinde parlayacağını bilmek...” der. Pırlanta, saf heteroseksüel aşkın bir kanıtı olarak gösterilir. Pırlanta var oldukça, heteroseksüel aşka dair yüklenen değerler de var olmaya devam edecektir başka bir ifadeyle.

Bu reklamda da, tıpkı diğer tüm reklamlarda olduğu gibi eylemi gerçekleştiren taraf erkektir. Bunu, fondaki sesin erkek oluşundan çıkarırız. Fondaki ses, kadına duyduğu aşkı en saf haliyle anlatmasının mümkün olup olmadığını sorar. O sırada cingılla devreye giren kadın sesi, erkeğe “Altınbaş, Anlat aşkını” der. Yani erkeğin kadına duyduğu aşkı anlatabilmesi için, ona Altınbaş marka pırlanta alması gerekmektedir. Nitekim reklamın sonunda görünen tek taş pırlantayla eylemi yapması gereken tarafın erkek olduğu fikri pekiştirilir.

Stephen Gould, tüketicilerin kendi yaşam deneyimlerinden ya da kamuoyu önderlerinin kanaatlerinden olduğu kadar, reklamlarda gösterilenlerinden de yola çıkarak aşka ve cinselliğe dair tahayyüller / tasarılar / ön kabuller / şablonlar geliştirdiğini söyler. Başka bir ifadeyle reklamlar, hem cinsel hem de duygusal dünyamız için bir bakıma rehberlik görevi üstlenirler. Örneğin reklamlarda gösterilen seksapellik ya da güzellik kriterlerine uygun şekillerde giyinmek ya da davranmak, o günün “trendine” uymak anlamına gelebilir.³⁵⁰

Reklamlar, heteroseksüeller için seksi olmak ya da mutlu bir ilişki yaşamak için izlenmesi gereken yolları gösterirler. Altınbaş’ın reklamında ilişkiyi

³⁵⁰ Stephen J. Gould, “**Toward a Theory of Advertising Lovemaps in Marketing Communication: Overdetermination, Postmodern Thought and the Advertising Hermeneutic Circle**”, *Sex in Advertising*, ed.t. Tom Reichert, Jacqueline Lambiasi, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2003, s.152

sonsuzlaştırmak için erkeğin tek taş pırlanta alması gerektiği söylenmektedir. Heteroseksüel aşk çerçevesinde erkeğin hediye alması, reklamlarda birçok kez karşımıza çıkan bir durumdur. Altınbaş'ta bu pırlanta almak şeklinde karşımıza çıkarken, Algida reklamlarında dondurma almak şeklinde çıkar (Görsel Grubu 4).



Görsel Grubu 4: Algida

Söz konusu Algida reklamda, genç bir erkekle, genç bir kadın bakışmaya başlarlar. Bunun üzerine erkek, kadının yanına gitmek ister. Ancak adımları kendi iradesi dışında geri geriye gitmektedir. Üstelik adımları, kadınla karşılaştığı her seferinde geri geriye gitmeye devam eder. Daha sonra bir dondurma aldığında, adımlarının geri geriye gitmesi durur. Böylece reklam boyunca eylemsiz bir biçimde bekleyen kadının yanına yaklaşabilir. Kadına dondurmayı verdiğinde, ikisinin çevresinde bir kalp belirir.

Altınbaş reklamında olduğu gibi, Algida reklamında da mutluluğun anahtarı erkeğin kadına bir şeyleri hediye etmesidir. Bu pırlanta da olabilir, dondurma da...

Şu ana kadar ele aldığım reklamların en önemli ortak noktası erkeğin eylemi karşısında kadının eylemsizliğidir. Heteroseksüel aile başlığı altındaki örnekleri dikkate alırsak, kadının eylemliliği evlendikten sonra başlar. Bu eylemlilik, çocuk doğurmak, çocukla ilgilenmek, yemek pişirmek, temizlik yapmak şeklinde karşımıza çıkar. Eğer çalışan bir kadınsa, ev içi eylemini aksatmamaya özen gösterir.

Heteroseksüel aşk, cinsellik ve aile adına belirlenen bu temel kriterler, heteroseksizmin sürdürülebilirliğinde önemli dinamiklerdir. Ancak bu sürdürülebilirlik her zaman bu kriterler sayesinde sağlanmaz. Kimi durumlarda, Butler'ın belirttiği *heteroseksüel matrisin* tekrarı da bir dinamik olarak karşımıza çıkar.

Hatırlanacağı gibi heteroseksüel matris, birbirinin zıttı olarak belirlenen feminenlik ve maskülenlik üzerinden işliyordu. Bu zıtlık reklamlarda büyük oranda eylem üzerinden şekillenir. Kimi zaman, eyleme dayalı bir zıtlık oluşturulmasa bile, heteroseksüel matrisin sağlanabilmesi adına kadın ve erkek yan yana getirilir. Örneğin çocukların gösterildiği reklamlarda bunu gözlemlemek mümkün... Bu reklamlarda heteroseksüel aşka ya da cinselliğe açık bir gönderme olmasa bile, kız ve oğlan çocuklarının sürekli olarak yan yana getirilmesi heteroseksist algının bozulmaması ve hatta üstü kapalı bir biçimde heteroseksüel aşka / cinselliğe gönderme yapılabilmesi için önemlidir. Aşağıda bu tarz reklamlara yer verilmiştir. Hepsinde aynı mantık izlenir.



Görsel 10: Molfix TV reklamı



Görsel 11: Molfix TV reklamı



Görsel 12: Kinder TV Reklamı



Görsel 13: Petit Danone Reklamı



Görsel 14: Tekin Basılı Reklamı

Reklamlarda heteroseksüel matris çocuk reklamlarında olduğu gibi sadece erkekle kadının yan yana getirilmesiyle sağlanmaz. Daha önce görüldüğü gibi, erkek ve kadına yüklenen değerler farklılaştırılarak da bu matris sağlanır.

Heteroseksizmin sürdürülebilmesi için birbirinden farklılaşmış, birbirinin zıttı olarak kurgulanan cinsiyetler fikrine ihtiyaç duyulduğunu daha önce belirtmiştim. Bunu gözlemleyebileceğimiz belki de en güzel örnek, HSBC Advantage kartlarının erkekler için ayrı, kadınlar için ayrı tasarlanan versiyonlarıdır. Bu kredi kartlarının kadın için olanı “Rouge” (Kırmızı), erkek için olanı ise “Black” (Siyah) şeklinde adlandırılmıştır.

Cinsiyetler arasındaki farklılaşmayı temel alan bu pazarlama stratejisi, söz konusu kredi kartı için yapılan reklamda (Görsel Grubu 5) daha belirgin bir biçimde vücut bulur.



Görsel Grubu 5: HSBC

Reklamda kadınlar ve erkekler farklı mekânlarda dans etmektedirler. Kadınların bulunduğu mekân kırmızıyken, erkeklerin bulunduğu mekân siyahtır. Kadınlar kırmızı kabarık eteklerden oluşan kıyafetler giyinmişken, erkekler tamamen siyah kıyafetler ve deri ceketler giyinmiştir. İki mekânın renkleri birbirinden ayrılmış şekilde tamamen kırmızı ve tamamen siyahtır. İki mekânın aynı anda gösterildiği karelerde ise, ortada görünen belirgin bir çizgi, ne kadınların siyah mekâna, ne de

erkeklerin kırmızı mekâna geçmelerine olanak vermektedir. Ayrılık / farklılık duygusu mekânlar arasındaki bu zıtlık sayesinde pekiştirilir. Ayrıca reklam metni, bu zıtlığı net bir biçimde dile getirir.

Her mekân içinden öne çıkan konuşmacılar aşağıdaki sözleri dile getirirler:

Kadın: “Bir görebilseniz ne kadar benzemediğimizi... Bizimle aynıdır ihtirasın ve tutkunun rengi.”

Erkek: “Bizim rengimiz, yabancı bu sözlere. Ne boyun eğeriz, ne de benzeriz kendimizden başka hiç kimseye.”

Kadın: “Anlaşalım o zaman. Ne siz bizim gibi olabilirsiniz, ne de biz sizin gibi.”

Erkek: “Doğru. Bedenlerimiz değil, esas ruhlarımız farklı olan.”

Kadın: “Varsın aynı güneş aydınlatsın yine bizi. Fakat ayrı düşün birbirimizin gölgeleri.”

Erkek: “Kabul. Ölesiye sevsek de birbirimizi, kimse değiştirmeye kalkmasın zevklerimizi.”

Kadın: “Venüs”

Erkek: “Mars”

Kadın: “Aşk”

Erkek: “Güç”

Kadın: “Kadın”

Erkek: “Erkek”

Kadın: “Rouge”

Erkek: “Black”

Bu diyalog, aslında heteroseksizmin sürdürülmesi için gereken cinsiyetlere dayalı ikili anlayışı özetler niteliktedir. Açık, net bir şekilde kadın ve erkek birbirine benzemediklerini ve benzemek istemediklerini söylerler. Kadın, ihtirarla, aşkla kendini özdeşleştirirken; erkek güçle, boyun eğmemekle, değerlerine sahip çıkmakla kendini özdeşleştirir. Aralarındaki bu farklılıktan gurur duyarlar.

Diyalogu geriden başlayarak okuduğumuzda reklamda belirtilen farklılıklara dair şöyle bir tablo çıkarabiliriz:

Kadın	Erkek
Rouge (Kırmızı)	Black (Siyah)
Aşk	Güç
Venüs	Mars
İhtiras	Boyun eğmemek
Tutku	Değerlere sahip çıkmak

Önceki reklamlardan da yola çıkarak bu tabloya aşağıdaki satırları da eklememiz mümkün:

Kadın	Erkek
Bekleyen	Hediye alan
Bekleyen	Dondurma alan
Bekleyen	Pırlanta alan
Çıplak	Gözetleyen
Duran	Sarılan
Duran	Kucaklayıp kaldıran
Çocukla ilgilenen	İşe giden

HSBC advantage kartın reklamı bize iki konuda daha fikir verir. Bunlardan biri erkeğe ait bir cümlede gizli... Erkek, “Bedenlerimiz değil, esas ruhlarımız farklı olan,” der. Bu cümle toplumsal cinsiyete dayalı farklılaşmayı çağrıştırmaktadır. İlk bölümde uzunca ele aldığım gibi, toplum içinde farklılaşmayı asıl belirleyen biyolojik cinsiyet değil, toplumsal cinsiyettir. Reklamdaki erkeğin sözleriyle bunu dile getirecek olursak; farklılık bedenlerde değil, asıl ruhlardadır.

Ruh denilen şey ise, toplumsallaşma sürecinde bireyin hem kendi, hem de başkalarının cinsiyetine dair edindiği bilgilerin ve deneyimlerin toplamıdır. Elbette ki bu bilgilerden biri, erkeğin “ruhen” kadından, kadının da “ruhen” erkekten farklılaşması

gerektiğidir. Nihayetinde biyolojilerin farklı olması, toplumda farklılığı temel alan iktidar ilişkileri için yeterli değildir.

Yaratılan farklılıkların, zıtlıkların, ahenkli bir uyum için gerekli olduğuna inanılır. Böylece, duygusal / cinsel olarak farklı olanla yakınlaşmak gerektiği fikri pekiştirilir. Nitekim reklamdaki adamın dediği gibi, bu farklılıklara rağmen / hatta bu farklılıklardan dolayı, kadın ve erkek birbirini ölesiye sever. Sevmenin en önemli kriteri bu farklılıklar olur.

Bu diyalog hakkında yapabileceğimiz bir diğer analiz ise, kadın ve erkeğin tutumlarıyla ilgidir. Diyalog dikkatli okunduğunda anlaşılacağı üzere, kadın öneride bulunan, erkek ise karar veren taraftır. Başka bir ifadeyle erkeğin kabul etmesi, doğru bulması, onaylaması ile diyalog devam eder. Çünkü aslında bu ikili mantıkta, her ne kadar cinsiyetlere dair mekânların kapladığı alanlar birbiriyle aynı olsa da; erkekler ve kadınlar aralarındaki farklılıktan dolayı gurur duysa da; aslında iktidarı elinde tutan taraf siyah taraftır. Nitekim siyah tarafın / erkeğin dediği gibi, güç ondadır. Güç onda olduğu için boyun eğmemek konusunda da iddialı olabilmektedir. Nitekim güçlü olmak, boyun eğmemek, iktidarı elinde tutanların özellikleridir.

Buraya kadar yaptığım değerlendirmeler ışığından yola çıkarak, heteroseksizmin heteroseksüel temsili yoluyla yeniden üretilmesine dair bazı gruplandırmalar yapılabilir. Bir bakıma reklamda heteroseksüeller çoğunlukla bu kurallar çerçevesinde temsil edilirler:

1) Heteroseksüel aile temsiliinde, aile içindeki iktidar dinamikleri korunmalıdır. Bu iktidar dinamiklerine göre, iktidarı elinde tutan taraf babadır. Heteroseksüel aile içindeki hiyerarşik yapılanmada kadın ve çocuk, babadan sonra gelmelidir.

2) Heteroseksüel aile temsiliinde baba, hem iktidar alanıyla tüm aileyi kuşatmalı, hem de eşini ve çocuklarını kanatları altına almalıdır. Eşinin ve çocuklarının refahı, babadan sorumludur.

3) Anne, çocukla ilgilenmelidir. Kariyer yapmak istese bile, çocuğuna, eşine ve evine dair üstlenmesi gereken sorumluluklardan vazgeçmemelidir.

4) Bir erkek, bir aile kurabilmek için maddi olgunluğa ulaşabilmelidir. Bunun için okumalı, mezun olmalı, askere gitmeli ve iş sahibi olmalıdır.

5) Heteroseksüel cinselliği büyük oranda kadın bedeni üzerinden şekillenmelidir. Kadın bedeni cinsellik alanına taşınarak, seyirlik bir malzemeye dönüştürülmelidir. Mulvey'in ve Berger'in belirttiği gibi seyirci erkek egemen bir zihinsel yapıya sahip olduğu için, erkek çıplaklığı hoş karşılanmayacaktır. Çünkü erkek çıplaklığı, seyirci erkek egemen zihne sahip olduğu için, üstü kapalı bir biçimde erkek eşcinselliğini çağrıştıracaktır.

6) Erkek eylemde bulunan taraf olmalıdır. Bunun için kadına sarılması, onu gözetlemesi, onu takip etmesi, ona pırlanta alması, ona dondurma alması gerekir.

7) Kadın, heteroseksüel aşk ve cinsellik bağlamında eylemsiz kalmalıdır. Ancak heteroseksüel aile içinde eyleme geçebilmelidir. Bu eylem ise cinsellikten arındırılmış bir biçimde çocuğuna ve evine yönelmelidir. Cinsel bağlamda bir eylemlilik hakkı, kadına değil erkeğe aittir.

8) Kadın aşkla, ihtirasla, tutkuyla özdeşleştirilmelidir.

9) Erkek güçle, iktidarla, boyun eğmemekle özdeşleştirilmelidir.

10) Cinsiyetler arasında cinsellik / aşk ilişkisi söz konusu olmasa bile, ikili yapının bozulmaması adına kadın ve erkek her zaman yan yana gösterilmelidir.

11) Heteroseksüel aşk ve aile kutsanmalı; mutluluğun, huzurun ve yakınlığın kaynağı olarak gösterilmelidir.

Görüldüğü gibi heteroseksizm, aslında sadece heteroseksüelite dışındaki yönelimleri görünmez kılmakla kalmıyor, ama aynı zamanda heteroseksüeliteyi belli kalıplar/ sınırlar/ kurallardan oluşan bir alana hapsediyor. Buradan çıkarılabilecek sonuç, reklamlardaki ve genel olarak medyadaki heteroseksizmin aynı zamanda heteroseksüel ailelere, ilişkilere ve cinselliğe saldırdığıdır. Bu saldırının altında yatan en temel faktör ise, heteroseksüelitenin bu sınırlar dışına çıkması durumunda, cinsellik çevresinde şekillenen normların kırılarak heteroseksüelliğin görünürde sahip olduğu

ayrıcalığın yitirilme korkusudur. Ancak bu ayrıcalığın da görüldüğü kadarıyla bazı bedelleri vardır.

Bu bedellere rağmen, heteroseksüel aşk ve aile sürekli olarak kutsanır / yüceltilir. Mutluluğun, yakınlığın, huzurun kaynağı olarak gösterilirler. Buna karşılık heteroseksüel olmayanların aşkları ya da aileleri yok sayılır, görünmezlikte / suskunlukta bırakılır.

Heteroseksüellerin görünür olması beraberinde kimlik inşasına dair oldukça değerli bilgilerin rahatlıkla edinilebilmesine sebep olmaktadır. Heteroseksüel bir birey, doğumundan itibaren, aile, okul, din, yasa ve medya sayesinde nasıl davranması, nasıl düşünmesi gerektiği konusunda bir yığın bilgi edinir. Ancak bunun karşılığında heteroseksüel olmayan bir birey, kimliğine dair ya herhangi bir bilgi edinemez ya da edindiği bilgiler oldukça olumsuz içerikli olur. Heteroseksüel olmayan bir birey için kimlik inşası, bu sebeple çok daha zorlu / sorunlu süreçlerden geçmektedir.

Bir sonraki bölümde, reklamlarda sürekli tekrar edilen heteroseksüel görünürlüğü karşısında, heteroseksüel olmayanların görünmezliğini irdelemeye çalışacağım.

5.3. REKLAMLARDA CİNSEL AZINLIK TEMSİLİ

Heteroseksüel görünürlüğü heteroseksüeller için, uyulması gereken kuralları hatırlatmasının yanı sıra, heteroseksüel kimliğin gelişiminde önemli bir kaynak olmaktadır. Ancak heteroseksüel görünürlüğü sadece heteroseksüellerin kimlik gelişiminde değil, aynı zamanda heteroseksüel olmayanların da kimlik gelişiminde önemli bir etkiye sahiptir. Heteroseksüel olmayanlar için, reklamlardaki ve medyadaki görünmezlik ya da olumsuz görünürlük, toplumdaki heteroseksist nefretin / heteroseksizmin öğrenilmesi adına önemli bir araç olur.

Medyanın genelinde zaman zaman rastladığımız türden bir cinsel azınlık görünürlüğüne, reklamlarda rastlamak söz konusu değil. Reklamlarda cinsel azınlıkların temsili konusu, Peter M. Nardi'nin gruplandırması içinde, *görünmezlik / es geçme* başlığına uymaktadır. Yani cinsel azınlıklar dikkate alınmaz, temsil edilmez. Yine de kimi durumlarda cinsel azınlıkların temsiline dair üstü kapalı imalar tespit etmek mümkündür. Ancak bu temsiller kesinlikten epey uzak ve tartışmalıdır.

Elbette bu imaların hepsi oldukça tanımsız / belirsizdir. Bu belirsiz göndermelerin analizi söz konusu olduğunda *queer popüler kültür araştırmalarına* başvurmak yardımcı olabilir.

Queer, Türkçeye acayip, tuhaf, garip, o biçim şeklinde çevrilebilecek bir kelime. Tamsin Spargo'nun *Foucault and Queer Theory* başlıklı kitabı 2000 yılında Kaan Ökten tarafından *Foucault ve Kaçıklık Kuramı* şeklinde çevrilmişti. Bu çeviriyi de dikkate alırsak queer'in Türkçe'ye kaçıklık şeklinde çevrilebilmesi de söz konusu. Ancak şu ana kadar, queer'in Türkçe karşılığı konusunda bir uzlaşım sağlanamamıştır.

Queer'in kelime karşılığı acayip ya da kaçık olsa da, kullanıldığı bağlam bundan biraz farklıdır. İngilizce “queer” her türlü acayıplıktan çok, toplum tarafından cinsel acayıplık olarak görülen cinsel azınlıkları tanımlamak için kullanılan bir kelime. Yani heteronormun dışında kalan her türlü cinsel farklılık “queer” şeklinde tanımlanmaktadır.

Queer teorisi ise, *Foucault ve Kaçıklık Kuramı*'nda aşağıdaki paragrafla açıklanır. Bu açıklama aynı zamanda *queer popüler araştırmalarına* da bir tanım getirir:

“Kaçıklık terimi geniş bir yelpazedeki eleştirel uygulama ve öncelikleri (edebi metinler, filmler, müzikler ve imgelerde aynı cinse yönelik arzuların temsil edilmesini yansıtan okumalar; cinsellikte toplumsal ve siyasal güç ilişkilerini çözümleyecek analizler; cinsiyet-toplumsal cinsiyet sistemine yönelik eleştiriler; transseksüel ve toplumsal cinsiyeti aşan

kimliğin, sadomazoşizmin ve kural tanımaz arzuların incelenmesi) temsil etmektedir.”³⁵¹

Popüler kültür okumaları çoğunlukla hedef kitle üzerinden yapılır. İzleyici / okuyucu grupları ve bunların tepkileri üzerinden yürür bu çalışmalar. Örneğin pornografik bir dergiye kadınların verdiği tepkilerle erkeklerin verdikleri tepkiler karşılaştırılır; bir dizinin siyahlar ve beyazlar üzerindeki etkisi analiz edilir. Ancak popüler kültür ürünlerinin bu şekilde irdelenmesine getirilen temel eleştiri, grupların yekpare / homojen olmadığı yönündedir. Her grup kendi içinde farklı tepkileri, yaklaşımları barındırır. Bu eleştiriye getirenlerden biri olan Alexander Doty, farklı grupların verdikleri aynı / benzer tepkiler üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu bağlamda öne sürdüğü şey, örneğin heteroseksüel egemen görünen bir dizinin, içinde bazı cinsel azınlık elementleri barındırabileceği ve bu elementlere maruz kalan heteroseksüellerin üstü kapalı bir biçimde de olsa *queer an* (queer moment) yaşayacağıdır. Doty’ye göre *queer an* heteroseksizmin sorgulanmasında / ezberlerin bozulmasında önemli potansiyelleri barındırır.³⁵²

Nitekim reklamlar söz konusu olduğunda açık bir cinsel azınlık görünürlüğünden çok *queer anlarla* karşılaşmak söz konusudur. Aslında reklamcılar da queer anları, eşcinsel hedef kitleye ulaşabilmek adına kullanırlar.

Reklam dünyası adına pratik bir çözümmüş gibi görünür bu. Çünkü kullanılan bir takım kodlar eşcinseller tarafından açılabilirken, heteroseksüeller bu kodların çoğunlukla farkında olmazlar. Ana akım medyada eşcinseller tarafından açılabilir, ama heteroseksüeller tarafından açılmayacak kodların kullanılması vasıtasıyla eşcinsellere ulaşma yöntemine, reklamcılık literatüründe “gay window advertising” denmektedir. Bunu *gay pencere reklamcılığı* şeklinde çevirmemiz mümkün. *Gay pencere reklamcılığında*, cinsel azınlıklar açık bir biçimde yer almasalar da, bir takım göndermeler / imalar ya da eşcinsel alt kültürüne ait kodların kullanılması

³⁵¹ Tamsin Spargo, **Foucault ve Kaçıklık Kuramı**, ç. Kaan H. Ökten, İstanbul: Everest Yayınları, 2000, s.8

³⁵² Akt. Sullivan, ss.190-191

söz konusudur. Üstelik tüm bu süreçte o kodların bağlamlarından bihaber olan heteroseksüeller, reklamın içeriğinden rahatsız olmamaktadır.³⁵³

Gey pencere reklamcılığına örnek teşkil edebilecek çalışmalar zaman zaman Türkiye’de de yapılmaktadır. Ancak bu çalışmaların gerçekten bu amaçla yapılıp yapılmadığına dair bir veri yok. Bu tarz reklamlardan biri aşağıda yer alıyor.



Görsel 15: Penyelux

Penyelux’un bu reklamında (Görsel 15) biri kırmızı, biri mavi iki erkek tişörtü, yan yana duran şezlonglara atılmıştır. Şezlonglardan ve tişörtlerden çıkarabileceğimiz sonuç, iki erkeğin tişörtlerini çıkardıktan sonra birlikte denize girdikleridir. Elbette iki erkeğin denize girmesi ya da yan yana görünmeleri onların eşcinsel oldukları anlamına gelmez. Ancak dikkatli bakılırsa, reklamda *queer anı* yaratan başka bir detay vardır.

İkili mantığa dayalı heteroseksüel matris, tüm dünyayı, yarattığı kadın / erkek zıtlığıyla paralel bir biçimde yorumlama ihtiyacı duymaktadır. Toplumsal cinsiyetin yarattığı ve heteronormun temel aldığı bu ikili mantık, ancak ortada bir zıtlık olduğu zaman bir uyum / bir birliktelik yaşanabileceğini ileri sürer. Hatta bu ikili mantıktan

³⁵³ Danae Clark, “Comodity Lesbianism” *Gender, Race and Class in Media*, edit. Gail Dines & Jean M. Humes, London: SAGE Publications, 1995, 144.

yola çıkarak eşcinseller arasında da bu tarzdan bir ikilik / zıtlık olduğu düşünülür. Eşcinsel ilişkilerde bir tarafın kadın, bir tarafın da erkek rolünü üstlendiği ne sürülür. Elbette bu bir yanılgıdır; temelinde ise her şeyi heteronorma mümkün olduğunca uydurma ihtiyaı yatar.

Bu durumda mavi ve kırmızı tişörtlerin yan yana getirilmesi, bu erkeklerin yönelimi hakkında bir karmaşa yaratmaktadır. Bilindiği üzere mavi toplumsal erkekliğin rengiyken, kırmızı kadınlığın rengidir. Erkek gmleklerinden birini toplumsal kadınlığın renginden seçmek, ötekini ise toplumsal erkekliğin renginden seçmek; az önce ele aldığım ikiliğe dayalı heteronormu eşcinsel ilişkilere uyarlama ihtiyaını akla getirir. Eşcinsel ilişkilerde bir tarafın kadın rolünü, diğer tarafın erkek rolünü üstlendiği dşncesi bir yanılgı olmasına rağmen, tam da bu yanılgıdan dolayı bu reklamın içeriği *queerleşmektedir*.

Heteroseksüel zıtlık, iki erkek üzerinde uygulanmaya çalışıldığında, akla eşcinsel ilişkiye dair kalıp yargılar gelmekte ve nihayetinde bu erkeklerin eşcinsel olabilecekleri düşünülmektedir. Elbette bu tişörtlerin sahiplerinin cinsel yönelimlerine dair kesin bir şey söyleyemeyiz. Ancak bu tişörtlerin sahiplerinin eşcinsel olabileceği ihtimalini uyandırmak bile, bir *queer an* etkisi yaratır.



Görsel Grubu 6: Eti Aşk olsun

Reklamlarda queer ana dair verilebilecek bir diğer örnek ise 2008’de Eti için çekilen bir televizyon reklamında karşımıza çıkar. Eti’nin Aşk olsun bisküvisi için çekilen bu reklamında da, tıpkı az önceki reklamda olduğu gibi heteroseksüel ikiliğin iki erkek üzerinde uygulanışına tanık oluruz.

Reklam bir parkta geçmektedir, iki erkek yanlarında bir çocuk ve bir köpekle birlikte parktaki patikanın yanında dururlar. Erkeklerden birinin üzerinde pembe renkli bir penye vardır. Nitekim daha sonra kucağına aldığı göreceğimiz üzere, köpeğinin boynuna da pembe renkli bir fular bağlamıştır. Hatta köpeğin ipi de pembedir.

Bilindiği üzere pembe, toplumsal kadınlığın rengidir ve bu rengin iki erkek arasında sadece bir tarafta birçok kez vurgulanıyor oluşu, heteroseksüel ikiliğini getirir akla.

Toplumsal kadınlığın rengi olan pembenin, bu iki erkek arasında kısa boylu olanda birçok kez vurgulanıyor oluşu da manidardır. Hem pembe giyinen, hem de yanındaki erkeğe oranla kısa olanın, heteroseksüel ikiliğinden yola çıktığımızda kadın rolünün eşcinsel ilişkideki yansıması şeklinde kurgulandığını öne sürmemiz mümkündür.

Heteroseksüel ikiliğin iki erkek üzerine uygulanmasından öte, reklamda queer okumalara açık başka bir detay daha var. İki erkeğin önünden koşarak geçen iki kadın, bankta tek başına oturan ve o sırada Eti “Aşk olsun” bisküvisi yiyen bir adamın önünde durur. Bisküviyle ilgili sohbet ederler. Tüm sohbet sırasında, adamın sesi kadınlardan etkilendiği için titremektedir. Sohbetin sonunda bisküviden kadınlara ikram ederken, fondaki ses “Yiyen âşık olsun,” der. Tam o sırada reklamın başında gördüğümüz iki erkeği, ormanda bir başlarına görürüz ve biri diğerine bisküvi ikram etmek isteyince, diğeri kaşını kaldırarak tuhaf bir biçimde ona bakar.

Bu iki erkeği ormanda gördüğümüz kare, reklamın genelinden kopuk durmaktadır. Herhangi bir bağlama oturtulamayan alakasız bir detay gibi durur. Ama reklamın başından beri iki erkek üzerine yüklenen heteroseksüel ikilik dikkate alınırsa, aslında bu kare bu iki erkeğin eşcinsel olduklarına dair düşüncüyü pekiştirmeye yaramaktadır.

Parklar ve ormanlar, çoğu ülkede olduğu gibi Türkiye’de de eşcinsellerin cinsel partner bulmak için gittikleri alanlar arasında yer alır. Bu mekânlara özellikle de geceleri gidilir.³⁵⁴ Nitekim söz konusu reklamdaki iki erkek, anlayamadığımız bir sebepten ötürü geceleyin parkta bir şeyleri beklemektedir. Üstelik parkta bekledikleri kareyi, fondaki sesin “Yiyen âşık olsun,” deyişin sonra görürüz. O sırada bisküviyi yiyen adamın bir hevesle diğerine de bu bisküviden ikram etmesi ve diğerinin tuhaf bir biçimde ona bakması, reklam boyunca yaratılan queer atmosferi iyice pekiştirmektedir.

B&M Club’ın reklamı ise, heteroseksüel ikiliği eşcinsellere uygulama yanılığısına düşmeden bir *queer an* yaratmayı başarır (Görsel 16). Bu reklamda bir eşcinsel ailenin temsil edildiğini iddia etmemizin önünde herhangi bir engel yok. İki

³⁵⁴ Arslan Yüzgün, **Türkiye’de Eşcinsellik**, İstanbul: Hür-Yüz Yayıncılık, 1986, ss.144-145

erkek (iki baba), çocuklarıyla birlikte poz vermektedir. Bu reklamda gösterilenin bir aile olduğu fikrini, aynı dergi içinde birkaç sayfa arayla yayımlanan diğer B&M Club reklamıyla sağlamlaştırabiliriz. Hatırlanacağı üzere bu reklam daha önce ele alınmıştı. B&M Club'ın diğer reklamıyla birlikte bu reklam değerlendirildiğinde, aslında her iki reklamda da bir ailenin temsil edildiğini düşünebiliriz.

Reklamcılar kimi zaman ana-akım medyada *queer anı* yaratırken daha cesur davranırlar. Öyle ki, bir takım öğeleri kullanarak homoerotik bir atmosfer bile yaratabilmektedirler. Homoerotizmin kullanıldığı bu tarz reklamlarla, özellikle moda sektöründe karşılaşmak söz konusudur.

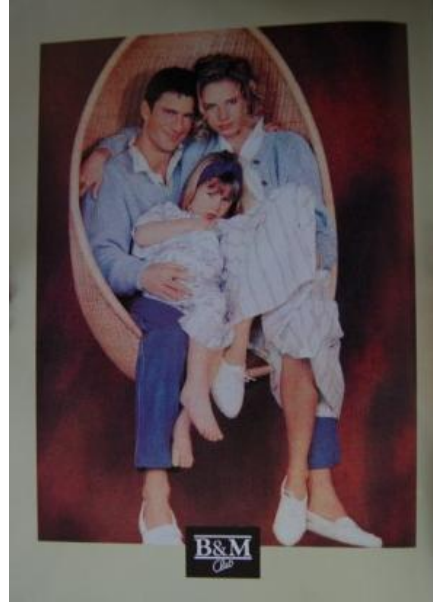
Reiba Lewis'in kadın dergileri üzerine yaptığı çalışma, homoerotizmin ana akım medyada, özellikle de moda sektöründe nasıl kullanıldığına dair anlamlı bir takım sonuçları içerir.

Lewis, kadınlara yönelik moda dergilerinde, tamamen erkeklerden arındırılmış ve homoerotik kodları içinde barındıran fotoğrafların yer aldığına dikkat çeker. Bu görsel kodlamalar, lezbiyen bir kadının göz zevkine hitap edebilecek durumdadır. Çoğu fotoğraftaki duruşlar ve özellikle bakışlar, oldukça davetkârdır. Bu açıdan bakıldığında, sadece eşcinsel kadınlar değil, ama aynı zamanda heteroseksüel kadınlar da bu erotizme tanık olurlar. Tanık olmakla kalmaz, bu erotizmin bir parçası olurlar.³⁵⁵

³⁵⁵ Reina Lewis, "Looking Good: The Lesbian Gaze and Fashion Imagery", *Feminist Review*, no.55, Spring 1997, s.94



Görsel 16: B&M Club



Görsel 13: B&M

Bu durum sadece kadınlara yönelik moda dergileri ya da moda reklamları için geçerli değil. Aynı durumu erkek modasında da görmemiz mümkün. Erkeklerle yönelik moda reklamlarında erkekler çoğunlukla bir arzu nesnesine dönüşürler. (Görsel 17) Erkekler bir arzu nesnesine dönüştüklerini, reklamın dışındaki seyirciye bakışlarıyla, davranışlarıyla belli ederler. Ancak o reklamların hedef kitlesi erkeklerdir. Dolayısıyla moda fotoğraflarında / reklamlarında seyircisine tutkuyla bakan erkekler, homoerotik bir etki yaratırlar. O moda fotoğrafındaki / reklamındaki arzu nesnesine dönüşen erkekleri izleyen erkekler de bu homoerotizme doğru çekilirler.

Bu açıdan bakıldığında moda reklamları, hem kadınlara hem de erkeklerle homoerotik bir alan sunarlar. Üstelik Lewis'in incelemesini temel alırsak sadece homoseksüeller değil, ama aynı zamanda heteroseksüeller de bu homoerotizmin seyircisi / bir parçası olurlar.

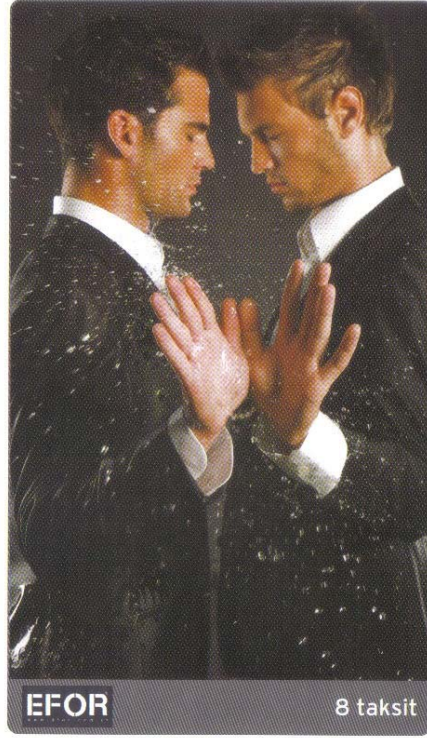


Görsel 17: Calvin Klein

Nadir de olsa kimi durumlarda, reklamdaki karakterler seyirciye tutkuyla bakmanın ötesinde, reklamdaki diğer hemcinsleriyle yakın ilişki içine girerek homoerotik atmosferi yaratırlar. Buna verilebilecek örneklerden biri Efor'un 2009'daki basılı reklamlarından biridir. (Görsel 18)

Efor'un söz konusu reklamı, Türkiye'deki reklamlarda neredeyse hiç temsil edilmeyen bir yakınlığı ve homoerotizmi gösterir. Takım elbise giyinmiş iki erkek yüzlerini birbirlerine dönmüş, gözlerini kapamış ve neredeyse birbirlerinin ellerini tutacaklardır. Hatta reklamın fotoğrafı, elleri birbirlerine kavuşmadan önceki son saniyede çekilmiş gibidir. El ele tutuşmasalar da elleri birbirine değmektedir. Benzer bir biçimde alınları da neredeyse birbirine değecektir. Tüm bu yakınlığa ek olarak, üzerlerine dökülen suyla ıslanmaları, yaratılan homoerotik etkiyi artırır.

Efor'un reklamında, takım elbiseden çok iki erkeğin birbirine yakınlaşmasını görürüz. Bu iki erkeğin heteroseksüel olduğunu hiçbir şekilde iddia edemeyiz. Bu görsel çok açık bir biçimde eşcinsel içeriklidir. Bu açıdan bakıldığında Efor'un bu reklamı, Türkiye'deki ilk açık eşcinsel içerikli reklamlardan biri olarak sayılabilir.



Görsel 18: Efor

Önceki reklamlar hakkında bu tarz bir kesin yargıda bulunmamız zor. Efor reklamındaki temsile yakın bir temsil B&M Club'ın reklamında karşımıza çıkar.(Görsel 16) Oradaki iki adamın ve iki kız çocuğunun bir aileyi temsil ettiğini düşünebiliriz. Bu yargı, ancak dikkatli bir alt okuma ile ortaya çıkar ve tartışmaya açıktır. Diğer reklamlardaki eşcinsel anlamlar ise çok daha örtülü ve tartışmalıdır.

Oysa Efor'un reklamı, çok açık bir biçimde Türkiye'de reklamcılığın içinde bulunduğu heteroseksist tutumun dönüşümünü haber vermektedir. Bu reklamın bir adım ötesi, bu iki erkeğin öpüşmeleridir. Dünyada heteroseksizmin sorgulanması ve eşcinsel pazar diliminin keşfedilmesiyle paralel olarak, Efor'un habercisi olduğu reklamlar son on yılda çok daha açık ve cesur bir biçimde gerek ana-akım medyada, gerek alternatif medyada yer almaya başlamıştır. Aşağıda bu tarz reklamlara yer verilmiştir.



Görsel 19: D&G TV Reklamı / Avrupa / 2008



G. 20: Cartier / ABD / 2003



G.21: Bianco / Danimarka / 2008



G.22: Avis / ABD / 2006



Görsel 23: American Express / ABD / 2008

Türkiye’deki reklamlar, henüz Batı’da olduğu kadar açık bir cinsel çeşitlilik temsiline yer vermemektedir. Üstelik queer okumalara açık bir takım kodlamaların yer aldığı reklamlar bile oldukça azdır. Reklamlar genelde ya farklı okumalara mahal bırakmayacak derecede açık heteroseksüelliğe yer vermekte ya da cinsel yönelimlere dair herhangi bir gönderme yapmamaktadır. Burada ele alınan queer okumalara açık reklamlar 1960’tan 2009’a kadar gelen bir zaman diliminde yapılmış beş on reklamdan birkaçıdır. Bu az sayıdaki potansiyel cinsel azınlık temsili içeren reklamlara karşılık, tüm bu süreçte sayısız miktarda heteroseksüel ailenin, aşkın ve cinselliğin konu edildiği reklamlar yapılmıştır. Üstelik bu reklamların birçoğu, queer okumaları yapılan reklamlarla karşılaştırıldığında, tartışmaya gerek bırakmayacak derecede kesin / belirgin bir temsiliyeti içermektedir.

Daha önce de ele alındığı gibi, heteroseksüellerin dışındaki kimliklerin gerek reklamlarda, gerek medyada, heteroseksüeller gibi görünür olabilmesi büyük oranda, bu kimliklerin bir pazar dilimi olarak fark edilmesine ve kabul edilmesine bağlıdır.

5.4 ARAŞTIRMANIN SONUCU

Reklamlarda heteroseksüel yönelim temel olarak heteroseksüel aşk ve heteroseksüel aşk bağlamında temsil edilmektedir. Bu temsil biçimlerinin toplumsal cinsiyet temelli bir takım temsil kuralları vardır. Her şeyden önce cinsiyetler birbirilerinden farklılaşmış bir şekilde gösterilmelidir. Ayrıca cinsiyetler, toplumda egemen cinsiyet kalıplarına uygun bir şekilde temsil edilmelidir.

Reklamlardaki heteroseksüellik dışındaki yönelimlerin temsili Türkiye’de büyük oranda belli kodlamalar ile gerçekleşir. Ancak bu kodlamaların gerçekten de *gey pencere reklamcılığı* olarak adlandırılan türden bir reklamcılık yaklaşımdan dolayı yapılıp yapılmadığına dair bir veri yoktur. Reklamlardaki eşcinsel içeriklerden farklı okumalara açık, belirsiz içeriklerdir; dolayısıyla tartışmaya açıktır.

6. SONUÇ

Görüldüğü gibi toplumsal cinsiyetin yarattığı ikilik algısıyla şekillenen heteroseksizm, reklamlara bu ikili mantığı temel alan heteroseksüel aşk ve heteroseksüel aile temsillerinin tekrarı şeklinde yansımaktadır. Heteroseksüel aşkta kadın ve erkek birbirinden tamamen farklılaştırılırken, heteroseksüel aile bu farklılığı temel alan bir hiyerarşik yapıda kurgulanmaktadır.

Heteroseksüel temsillerin bu şekilde kurgulanmasının temelinde yatan şey, cinsiyet kalıp yargılarını koruyabilmektir. Çünkü cinsiyet kalıp yargılarının sarsılması, sadece heteroseksüel aşkın ve ailenin içinde bulunduğu normların gevşemesine sebep olmayacak; ama aynı zamanda heteroseksüelitenin tek doğal ve meşru yönelim olduğu anlayışının da sorgulanmasına sebep olacaktır. Bu anlayışın sorgulanması / sarsılması ise, toplumun her alanında var olan heteroseksüel ayrıcalık için bir tehdit oluşturacaktır.

Bunun gerçekleşmemesi için heteroseksist ideolojinin dolaşıma sokulması / yaygınlaştırılması / pekiştirilmesi gerekmektedir. Başta reklamlar olmak üzere tüm medyanın bunu gerçekleştirdiğini görmekteyiz. Reklamlar, bu ideolojinin tekrarını sağlayarak, *doğallaştırılmasını* kolaylaştırır.

Ancak ironik bir şekilde, heteroseksizmin sorgulanması için gereken dönüşümü sağlayacak araçlardan biri de reklamlar gibi görünüyor. Cinsel azınlıkların, özellikle de geylerin, bir pazar dilimi olarak görülmesiyle paralel olarak, geylerin reklamlarda ve popüler kültürde görünür olması gün geçtikçe yaygınlaşmaktadır.

Türkiye’de bu görünürlük henüz reklamlara açık bir şekilde yansımaya da, değişimin yakın olduğunu iddia edebiliriz.

KAYNAKÇA

Kitaplar

- Allen, Paula Gunn. “Kızılderili Kùltürlerinde Lezbiyenler”. **Tarihten Gizlenenler**. edit. Martha J. Vicinus, Martin Bauml Duberman ve George Chauncey Jr. ç.Serkan Göktaş. Ankara: Phoenix Yayınevi, 2001, ss.105-116.
- Allrogen, Ulrike. “Almanya’da Toplumsal Cinsiyet”, **Türkiye’de Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları**, İstanbul: Heinrich Böll Stiftung Vakfı, 2007.
- Althusser, Louis. **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**. ç.Yusuf Alp, Mahmut Özışık. İstanbul: İletişim Yayınları, 1989.
- Badgett, M. V. Lee. “Thinking Homo/Economically”. **Overcoming Heterosexism and Homophobia**. edit. James T. Sears, Walter L. Williams. New York: Columbia University Press, 1997, ss.380-390.
- Baird, Vanessa. **Cinsel Çeşitlilik**. ç. Hayrullah Doğan. İstanbul: Metis Yayınları, 2004.
- Beauvoir, Simone de. **Kadın**. ç. Bertan Onaran. I.cilt. 3. baskı. İstanbul: Payel Yayınevi, 1974.
- Beauvoir, Simone de. **Kadın**. ç. Bertan Onaran. II. Cilt. 5. baskı. İstanbul: Payel Yayınevi, 1981.
- Beauvoir, Simone de. **Kadın**. ç. Bertan Onaran. III. Cilt. 5.baskı. İstanbul: Payel Yayınevi, 1981.
- Beckleh, Nadia Hajal. “Filistin’de Toplumsal Cinsiyet: Kısa Bir Harita”. **Türkiye’de Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları**. İstanbul: Heinrich Böll Stiftung Vakfı, 2007.
- Bek, Mine Gencil, Mutlu Binark. **Medya ve Cinsiyetçilik**. Ankara: Ankara Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi, 2000.
- Beneke, Timothy. “Homophobia”. **Oppresion, Privilege, and Resistance**. edit. Lisa Heldke, Peg O’Connor. New York: McGraw-Hill, 2004, ss.223-229.
- Berger, John. **Görme Biçimleri**. ç.Yurdanur Salman. 13. Basım. İstanbul: Metis Yayınları, 2007.
- Best, Steven & Douglas Kellner. **Postmodern Theory**. New York: The Guilford Press, 1991.

- Bhasin, Kamla. **Toplumsal Cinsiyet: Bize Yüklenen Roller**. ç. Kader Ay. İstanbul: KADAV Yayınları, 2003.
- Blumenfeld, Warren J. "Homophobia and Anti-Semitism: Making the Link". **Overcoming Heterosexism and Homophobia**. edit. James T. Sears, Walter L. Williams. New York: Columbia University Press, 1997, ss.131-140
- Brown, Judith C. "Ortaçağ Avrupası'nda ve Modern Avrupa'nın İlk Zamanlarında Lezbiyen Cinselliği". **Tarihten Gizlenenler**. der. Martha J. Vicinus, Martin Bauml Duberman ve George Chauncey Jr. ç.Serkan Göktaş. Ankara: Phoenix Yayınevi, 2001, ss.67-75.
- Brunner, Diane Dubose. "Challenging Representations of Sexuality Through Story and Performance". **Overcoming Heterosexism and Homophobia**. edit. James T. Sears ve Walter L. Williams. New York: Columbia University Press, 1997, ss.169-181.
- Butler, Judith. **Cinsiyet Belası**. ç. Başak Ertür. İstanbul: Metis Yayınları, 2008.
- Butler, Judith. **Gender Trouble**. New York: Routledge, 1999.
- Butler, Judith. **Taklit ve Toplumsal Cinsiyete Karşı Durma**, ç. Osman Akınhay, İstanbul: Agora Kitaplığı, 2007.
- Butler, Judith. **Undoing Gender**. New York: Routledge, 2004.
- Chodorow, Nancy. **The Reproduction of Mothering**. Los Angeles: University of California Press, 1978.
- Clark, Danae. "Comodity Lesbianism". **Gender, Race and Class in Media**. edit. Gail Dines & Jean M. Humes. London: SAGE Publications, 1995, ss.142-151.
- Clarke, Cheryl. "Lesbianism: An Act of Resistance". **Oppresion, Privilege, and Resistance**, edit. Lisa Heldke, Peg O'Connor. New York: McGraw-Hill, 2004, ss.635-645.
- Connell, R.W. **Toplumsal Cinsiyet ve İktidar**. ç. Cem Soydemir. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998.
- D'Emilio, John. "II. Dünya Savaşından Bu Yana San Francisco'da Eşcinsel Politikaları ve Toplulukları". **Tarihten Gizlenenler**. der. Martha J. Vicinus, Martin Bauml Duberman ve George Chauncey Jr. ç.Serkan Göktaş. Ankara: Phoenix Yayınevi, 2001, ss.463-480.
- D'Emilio, John. **Making Trouble**. New York: Routledge, 1992.
- Dahlgren, Peter. "What's The Meaning of This? Viewers' Plural Sense-Making of TV News". **Culture and Power**. edit. Paddy Scannell, Philip Schlesinger & Colin Sparks. 2nd ed. London: Sage Publications, ss.201-217.

- Dines, Gail & Jean M. Humes (edit.). **Gender, Race and Class in Media**, London: SAGE Publications, 1995.
- Dökmen, Zehra Y. **Toplumsal Cinsiyet: Sosyal Psikolojik Açıklamalar**. İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2004.
- Elden, Müge, Özkan Ulukök ve Sinem Yeygel. **Şimdi Reklamlar**.2.baskı. İstanbul: İletişim Yayınları, 2007.
- Fejes, Fred. “Eleştirel Kitle İletişim Araştırması ve Medya Etkileri: Yok Olan İzleyici Sorunu”. **Medya, İktidar, İdeoloji**. ç. ve der. Mehmet Küçük. Ankara: Bilim ve Sanat, 2005, ss.295-314.
- Foucault, Michel. **Cinselliğin Tarihi**. ç. Hülya Uğur Tanrıöver. 2.baskı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, , 2007.
- Fraser, Nancy. **İhtiyaçlar Mücadelesi**. ç. Aykut Tunç Kılıç. İstanbul: Agora Kitaplığı, 2006.
- Frazer, Elizabeth. “Teenage Girls Reading Jackie”. **Culture and Power**. edit. Paddy Scannell, Philip Schlesinger & Colin Sparks. 2.baskı. London: Sage Publications, 1994, ss.182-200.
- Freire, Paulo. “Pedagogy of the Oppressed”. **Oppression, Privilege, and Resistance**. edit. Lisa Heldke, Peg O’Connor. New York: McGraw-Hill, 2004, ss.5-23.
- Freud, Sigmund. **Cinsiyet Üzerine**. ç. A. Avni Öneş. 6.baskı. İstanbul: Say Yayınları, 1993.
- Gans, Herbert J. **Popüler Kültür ve Yüksek Kültür**. ç. Emine Onaran İncirlioğlu. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1999.
- Geçtan, Engin. **Psikanaliz ve Sonrası**. 3.baskı. İstanbul: Remzi Kitabevi, 1988.
- Gould, Stephen J. “Toward a Theory of Advertising Lovemaps in Marketing Communication: Overdetermination, Postmodern Thought and the Advertising Hermeneutic Circle”. **Sex in Advertising**. edit. Tom Reichert, Jacqueline Lambiase, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2003, ss.151-170.
- Gross, Larry. “Out of the Mainstream: Sexual Minorities and the Mass Media”. **Gender, Race and Class in Media**. edit. Gail Dines & Jean M. Humes. London: SAGE Publications, 1995, ss.61-70.
- Haeberle, Erwin J. “Gamalı Haç, Pembe Üçgen ve Sarı Yıldız: Nazi Almanyası’nda Seksolojinin Çöküşü ve Eşcinsellere Zulmedilmesi”. **Tarihten Gizlenenler**. der. Martha J. Vicinus, Martin Bauml Duberman ve George Chauncey Jr. ç.Serkan Göktaş. Ankara: Phoenix Yayınevi, 2001, ss.371-385.

- Hall, Stuart. "İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü". **Medya, İktidar, İdeoloji**. ç. ve der. Mehmet Küçük. Ankara: Bilim ve Sanat, 2005, ss.73-124.
- Hall, Stuart. "Kültür, Medya ve İdeolojik Etki". **Medya, İktidar, İdeoloji**. ç. ve der. Mehmet Küçük. Ankara: Bilim ve Sanat, 2005, ss.191-234.
- Halperin, David M. "Cinsellikten Önce Seks; Klasik Atina'da Oğlancılık, Politika ve Güç". **Tarihten Gizlenenler**. der. Martha J. Vicinus, Martin Bauml Duberman ve George Chauncey Jr. ç. Serkan Göktaş. Ankara: Phoenix Yayınevi, 2001, ss.36-52.
- Haraway, Dona. **Siborg Manifestosu**. ç. Osman Akınhay. İstanbul: Agora Kitaplığı, 2006.
- Harrison, Wendy Cealy & John Hood Williams. **Beyond Sex & Gender**. London: Sage Publications, 2002.
- Hartmann, Heidi. **Marksizmle Feminizmin Mutsuz Evliliği**. ç. Gülşad Ayfen. İstanbul: Agora Kitaplığı, 2006.
- Hinds, Hilary. "Fuitful Inverstigations: The Case of the Succesful Lesbian Text". **Feminist Television Criticism**. edit. Brunsdon, Julie D'Acci, Lynn Spigel. Oxford: Clarendon Press, 1997, ss. 205-210.
- Hopkins, Patrick D. "Gender Treachery: Homophobia, Masculinity and Threatend Identities". **Oppresion, Privilege, and Resistance**. edit. Lisa Heldke, Peg O'Connor. New York: McGraw-Hill, 2004, ss.230-248.
- Jhally, Sut. "Image Based Culture: Advertising and Popular Culture". **Gender, Race and Class in Media**. edit. Gail Dines & Jean M. Humes. London: SAGE Publications, 1995, ss.77-87.
- Kane, Kate. "The Ideology of Freshness in Feminine Hygiene Commercials". **Feminist Television Criticism**. edit. Brunsdon, Julie D'Acci, Lynn Spigel. Oxford: Clarendon Press, 1997, ss.290-299.
- Katz, Jackson. "Advertising and the Construction of Violent White Masculinity". **Gender, Race and Class in Media**. edit. Gail Dines & Jean M. Humes. London: SAGE Publications, 1995, ss.133-141.
- Kılıç, Berna. "Aklın Cinsiyeti Var Mı?". **Cinsiyetli Olmak: Sosyal Bilimlere Feminist Bakışlar**. Zeynep Direk (drl.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2007, 35-50
- Kovanlıkaya, Aliye. "Kant'ta Cinsiyet Farklılığı". **Cinsiyetli Olmak: Sosyal Bilimlere Feminist Bakışlar**. Zeynep Direk (drl.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2007, ss.9-24.

- Mattelard, Armand ve Michèle. **İletişim Kuramları Tarihi**. ç. Merih Zıllıoğlu. 3. baskı. İstanbul: İletişim Yayınları, 2006.
- Mitchell, Juliet. **Kadınlar: En Uzun Devrim**. ç. Gülseli Ünal ve diğerleri. İstanbul: Agora Kitaplığı, 2006.
- Montag, Warren. **Louis Althusser**. New York: Palgrave Macmillan, 2003.
- Moore, Shaun. "Text, Readers and Context of Reading". **Culture and Power**. edit. Paddy Scannell, Philip Schlesinger & Colin Sparks. 2. nd ed. London: Sage Publications, 1994, ss.138-157.
- Mutlu, Erol. **İletişim Sözlüğü**. 4. Basım. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2004.
- Nardi, Peter M. "Changing Gay and Lesbian Images in the Media". **Overcoming Heterosexism and Homophobia**. edit. James T. Sears, Walter L. Williams. New York: Columbia University Press, 1997, ss.427-442.
- Oliver, Kelly. **The Portable Kristeva**. New York: Columbia University Press, 1997.
- Padgug, Rupert. "Cinsel Sorunlar: Cinselliği Tarih İçinde Yeniden Düşünmek". **Tarihten Gizlenenler**. der. Martha J. Vicinus, Martin Bauml Duberman ve George Chauncey Jr. ç. Serkan Göktaş. Ankara: Phoenix Yayınevi, 2001, ss.53-63.
- Pharr, Suzanne. "Homophobia: A Weapon of Sexism". **Oppression, Privilege, and Resistance**. Lisa Heldke, Peg O'Connor (edit.). New York: McGraw-Hill, 2004, ss.259-274.
- Reichert, Tom. **Reklamcılığın Erotik Tarihi**. ç. Lidya Yazmacıyan ve Vahit Bora. İstanbul: Güncel Yayıncılık, 2004.
- Ryder, Bruce. "Straight Talk: Male Heterosexual Privilege". **Oppression, Privilege, and Resistance**. Lisa Heldke, Peg O'Connor (edit.). New York: McGraw-Hill, 2004, ss.368-394.
- Saslow, James M. "Rönesans'ta Eşcinsellik: Davranış, Kimlik ve Sanatsal İfade". **Tarihten Gizlenenler**. der. Martha J. Vicinus, Martin Bauml Duberman ve George Chauncey Jr. ç. Serkan Göktaş. Ankara: Phoenix Yayınevi, 2001, ss.90-104.
- Sayın, Aysun. "Toplumsal Cinsiyet ve Çalışma Hayatı", **Türkiye'de Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları**, İstanbul: Heinrich Böll Stiftung Vakfı, 2007.
- Schalow, Paul Gordon. "Modern Japonya'nın İlk Dönemlerinde Erkek Aşkı: 'Gençlik'in Edebi Bir Anlatımı". **Tarihten Gizlenenler**. der. Martha J. Vicinus, Martin Bauml Duberman ve George Chauncey Jr. ç. Serkan Göktaş. Ankara: Phoenix Yayınevi, 2001, ss.117-128.

- Schirato, Tony & Susan Yell. **Communication and Culture**. London: Sage Publications, 2000.
- Scholle, David J. “Eleştirel Çalışmalar: İdeoloji Teorisinden İktidar / Bilgiye”. **Medya, İktidar, İdeoloji**. ç. ve der. Mehmet Küçük. Ankara: Bilim ve Sanat, 2005, ss.255-294.
- Scott, Joan W. **Toplumsal Cinsiyet: Faydalı Bir Tarihsel Analiz Kategorisi**. ç. Aykut Tunç Kılıç. İstanbul Agora Kitaplığı, 2007.
- Sears, James T. “Thinking Critically / Intervening Effectively about Heterosexism and Homophobia: A Twenty Five-Year Research Retrospective”. **Overcoming Heterosexism and Homophobia**. edit. James T. Sears, Walter L. Williams, New York: Columbia University Press, 1997, ss.13-48.
- Segal, Lynne. **Gelecek Kadın Mı?** ç. Suğra Öncü. İstanbul: Afa Yayınları, 1990.
- Selek, Pınar. “Türkiye’de Özgürlüğü Ararken”. **Cinsiyetli Olmak: Sosyal Bilimlere Feminist Bakışlar**. Zeynep Direk (drl.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2007, ss.118-129.
- Seyidoğlu, Halil. **Bilimsel Araştırma ve Yazma El Kitabı**. 9. baskı. İstanbul: Güzem Can Yayınları, 2003.
- Shirato, Tony & Susan Yell. **Communication and Culture**. London: SAGE Publications, 2000.
- Spargo, Tamsin. **Foucault ve Kaçıklık Kuramı**. ç. Kaan H. Ökten. İstanbul: Everest Yayınları, 2000.
- Steakley, James D. “Gelenekleri Yıkan Bir Skandal; Wilhelm Almanyası’nda Siyasi Karikatürler ve Eulenburg Olayı”. **Tarihten Gizlenenler**. der. Martha J. Vicinus, Martin Bauml Duberman ve George Chauncey Jr. ç. Serkan Göktaş. Ankara: Phoenix Yayınevi, 2001, ss.237-266.
- Steeves, H. Leslie. “Feminist Teoriler ve Medya Çalışmaları”. **Medya, İktidar, İdeoloji**. ç. ve der. Mehmet Küçük. Ankara: Bilim ve Sanat, 2005, ss.123-190.
- Sullivan, Nikki. **A Critical Introduction to Queer Theory**. New York: New York University Press, 2003.
- Tetzlaff, David. “Popular Culture and Social Control in Late Capitalism”. **Culture and Power**. edit. Paddy Scannell, Philip Schlesinger & Colin Sparks. 2nd ed. London: Sage Publications, 1994, ss.48-72.
- Thompson, John B. **Ideology and Modern Culture**. 2nd ed. Cambridge: Polity Press, 1992.

Williams, Walter L. "Multicultural Perspectives on Reducing Heterosexism: Looking for Strategies That Work", **Overcoming Heterosexism and Homophobia**. edit. James T. Sears ve Walter L. Williams. New York: Columbia University Press, 1997, ss.76-87.

Wittig, Monique. **The Straight Mind and The Other Essays**. Boston: Beacon Press, 2002.

Yep, Gust A. "Changing Homophobic and Heterosexist Attitudes: An Overview of Persuasive Approaches". **Overcoming Heterosexism and Homophobia**. edit. James T. Sears, Walter L. Williams. New York: Columbia University Press, 1997, ss.49-64.

Yüzgün, Arslan. **Türkiye’de Eşcinsellik**. İstanbul: Hür-Yüz Yayıncılık, 1986.

Süreli Yayınlar

Baden, Sally & Anne Maric Goetz. "Who Needs [Sex] When You Can Have [Gender]?: Conflicting Discourses on Gender at Beijing". **Feminist Review**. No.56, Summer 1997, ss.3-25.

Battles, Kathleen & Wendy Hilton-Morrow. "Gay Characters in Conventional Spaces: Will and Grace and the Situation Comedy Genre". **Critical Studies in Media Communication**. vol.19, no.1, March 2002, ss.87-105.

Bennett, Jeffrey A. "In Defense of Gaydar: Reality Television and the Politics of the Glance". **Critical Studies in Media Communication**. vol.23, no.5, December 2006, s.408-425.

Brookley, Robert Alan. "Pistols and Petticoats, Piety and Purity: To Wong Foo, the Queering of the American Monomyth, and the Marginalizing Discourse of Deification", **Critical Studies in Media Communication**. col.18, no.2, June 2001, ss.141-156.

Butler, Judith. "Toplumsal Cinsiyet Yanıyor: Sahiplenme ve Yıkma Sorunları". ç.Mehmet Moralı. **Defter**. sayı.34 (Yaz 1998), ss.123-141.

Cooper, Brenda. "Boys don't Cry and Female Masculinity: Reclaiming a Life & Dismantling the Politics of Normative Heterosexuality". **Critical Studies in Media Communication**. vol.19, no.1, March 2002, ss.44-63.

Dean, James Joseph. "Gays and Queers: From The Centering to the Decentering of Homosexuality in American Films". **Sexualities**. vol.10, no.3, ss.363-386.

Dow, Bonnie J. "Ellen, Television, and the Politics of Gay and Lesbian Visiblity". **Critical Studies in Media Communication**. vol.8, no.2 (June 2001), ss.123-140.

- Fejes, Fred, Kevin Petrich. "Invisiblity, Homophobia and Heterosexism: Lesbians, Gays and the Media". **Critical Studies in Mass Communication**. December 1993, ss. 396-422.
- Herman, Didi. "Bad Girls Cahanged My Life: Homonormativity in a Women's Prison Drama" **Critical Studies in Media Communication**. vol.20, no.2, June 2003, ss.141-159.
- Lewis, Reina. "Looking Good: The Lesbian Gaze and Fashion Imagery". **Feminist Review**. no.55, Spring 1997, ss.92-109.
- Sender, Katherine. "Queens for a Day: Queer Eye fort he Straight Guy and the Neoliberal Project". **Critical Studies in Media Communicaiton**. vol.23, no.2, June 2006, s.131-151.
- Shugart, Helene A. "Reinventing Privilege: The New (Gay) Man in Contemporary Popular Media". **Critical Studies in Media Communication**. vol.20, no.1, ss.67-91.
- Tosun, Nurhan Babür. "Reklam Aracı Olarak Kadın". **Kadın Çalışmaları Dergisi**. sayı 1, cilt 1, ss.88-93.
- Westerfelhaus, Robert. & Celest Lacroix. "Seeing 'Straight' Trough Queer Eye: Exposing the Strategic Rhetorik of Heteronormativity in a Mediated Ritual of Gey Rebellion". **Critical Studies in Media Communication**. vol.23, no.5, December 2006, ss.426-444.
- Wilcox, Sarah A. "Cultural Context and Conventions of Science Journalism: Drama and Contradiction in Media Coverage of Biological Ideas about Sexuality". **Critical Studies in Media Communication**. vol.20, no.3, September 2003, s.225-247.