

Erving Goffman
Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet

Erving Goffman Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet



Türkçe Söyleyenler
Devrim Kılıçer - Fahri Öz

HERETİK





GENDER ADVERTISEMENTS

Erving Goffman

Published by arrangement with Harper Perennial,
an imprint of Harper Collins Publishers.

Heretik Yayınları: 82

Goffman Dizisi: 7

ISBN: 978-605-9436-56-4

©2020 Heretik Basın Yayın

Tüm hakları saklıdır. Yayıncı izni olmadan kısmen de olsa fotokopi,
film, vb. elektronik ve mekanik yöntemlerle çoğaltılamaz.

1. Baskı: Ekim 2020, Ankara

Türkçe Söyleyenler: Devrim Kılıçer - Fahri Öz

Yayına Hazırlayan: Levent Ünsaldı

Redaksiyon: Levent Ünsaldı

Sayfa Düzeni ve Kapak: Ali İmren

Heretik Basın Yayın

Kültür Mahallesi, Yüksel Cad., 41/2, Kızılay, Çankaya, Ankara

Tel: +90 (312) 418 52 00 • Faks: +90 (312) 418 50 00

Sertifika No: 41952

İnternet Sitesi: heretik.com.tr

Twitter: twitter.com/heretikyayin

Facebook: facebook.com/heretikyayin

E-mail: info@heretik.com.tr

Bizim Büro Basım Evi Yayın ve Dağ. Hiz. San. ve Tic. Ltd. Şti.

Zübeyde Hanım Mah. Sedef Cad. 6/A Altındağ/Ankara

Sertifika No: 42488

Erving Goffman

**REKLAMLARDA
TOPLUMSAL CİNSİYET**

Türkçe Söyleyenler

Devrim Kılıçer - Fahri Öz

HERETİK

İçindekiler

Teşekkür	6
Giriş (Vivian Gornick).....	7
Toplumsal Cinsiyetin Teşhiri.....	17
Fotoğraf Çerçeveleri	51
Toplumsal Cinsiyetçi Reklamlar.....	102
Göreceli Beden Ölçüsü.....	117
Kadını Dokunuş.....	121
İşlev Derecelendirmesi.....	127
Aile	140
Tâbi Kılınmanın Ritüelleştirilmesi.....	148
Geri Çekilme İzni.....	183
Sonuç	234

TEŞEKKÜR

Bu monografi, daha sonra yapılan birkaç değişiklik hari-
cinde, ilk kez Görsel İletişim Antropolojisi Derneęi (Society
for the Anthropology of Visual Communication) tarafından ya-
yımlanan *Studies in the Anthropology of Visual Communication*
dergisinin Cilt 3, No. 2 (Sonbahar 1976) sayısında yayımlan-
mıştır. Derginin artık aramızda olmayan o zamanki editörü Sol
Worth'e özgün metnin oluşturulmasında sağladığı destek ve
derginin fotoğraf klişeleri ile kuşelerini kullanma izni verdiği
için müteşekkirim. Ayrıca Amerikan Antropoloji Derneęi So-
rumlu Yazı İşleri Müdürü Elsa Vorwerk'e de özgün sayfa düze-
ninin tasarlanmasındaki büyük yardımları için teşekkür ede-
rim. Röprodüksiyonların yapıldığı slaytlar John Carey ile Lee
Ann Draud tarafından orijinallerinden çoğaltılmıştır.

Giriş

Vivian Gornick

Çağdaş feminist hareket gündelik hayattaki minik detayların anlamına ilişkin kopardığı bütün curcunayla, pek çok sosyal bilimcinin düşüncelerini harekete geçiren bir nevi elektrikli üvendere işlevi görmüş, esası bizzat toplumsal hayattaki somut ayrıntıların gözleminden oluşan çalışmalara yeni bir itici güç ve yön vermiştir. Feministler sayesinde erkekler ile kadınlar arasındaki en sıradan konuşmalar dahi artık yeni anlamlarla yankılanmakta; en basit jestler, en tanıdık ritüeller, en bilindik hitap biçimleri, cinsiyetler arasındaki ilişkiler ve bu ilişkilerin ardında yatan toplumsal güçlerle ilgili yeni bir kavrayış kaynağı hâline gelmektedir. “Kişinin kendi incinmiş duygularından başlayan bir politika” ile hareket eden feministler, sosyal bilimcilerin hep bildikleri bir şeyi canlı hâle getirdiler: Fiili deneyim ile görünürdeki deneyim arasındaki uyumsuzluk, gündelik mübadelenin ayrıntılarında bulunur.

Erving Goffman, hayatını toplumsal davranışları gözlemleyerek geçirmiş harikulade bir sosyal bilimcidir; toplumsal davranışları, yetkin bir edebiyat eleştirmeninin edebiyat eserini okuduğu gibi okumuştur. Metni kurama kurban etmez, metne anlam yüklenilmesinden ziyade metinden anlam çıkarılacağını bilir; hem metnin hem de toplumun canlı olduğunu hiçbir zaman unutmaz.

Aynı zamanda Goffman, metni, çok uzun yıllardır şekillenen ve güç kazanan toplumsal davranışlara ilişkin sistematik düşünce ışığında okur. Toplumsal davranışların ayrıntılarının, benlik algısının nasıl kurulduğunun ve pekiştirildiğinin ve karşılığında o benlik algısının, bir kültürün hiyerarşik yapısının üzerine kurulduğu toplumsal kurumları nasıl hem yansıttığının hem de sağlamlaştırdığının semptomatik açıklamaları olduğunu bilir. Goffman çok iyi bir pedagoğdur; kişinin, toplumsal hayatın ayrıntılarını son derece bilinçli bir gözle incelediği takdirde, toplumsal olarak düzenlenmiş dünyada kim ve ne olduğunu –derinlemesine— öğreneceğini göstermek için çalışır her zaman.

Goffman bu müthiş yoğun ve canlı monografide dikkatini özellikle –esasen kadınlar olmak üzere— erkeklerin ve kadınların reklamlarda (“gerçek hayattan” alındığı varsayılan sahnelerin son derece manipüle edilmiş temsillerinde) nasıl resmedildiklerine çeviriyor ve bu reklamların bize kendimiz hakkında neler anlattığı, şekillendirilmiş imge ile sözde doğal davranış arasındaki etkileşimin ne olduğu, reklamların hangi ölçüde belki de başka bir yapay poz üzerine düşünen yapay poz içerdiği—başka bir deyişle, doğal benliğimiz dediğimiz şeyi düşündüğümüz süreç— hakkında bol bol kafa yoruyor.

Goffman, bu reklamlardaki erkek ve kadın meselesinin ilginç ve önemli olduğunu söylüyor ve “erkek-kadın farkı, ritüellerle dolu yaşamımızı öylesine derinden şekillendirir ki burada gayet sistematik bir ‘mevkidaşlık’ düzenlemesi bulunabilir” diyor; bu da kendi kendini tanımlamanın nasıl güdümlü olduğu ve dışsal olarak belirlendiği hakkında zengin çıkarımlar yapmamızı sağlıyor.

Goffman’a göre toplumsal durumlar, “toplumsal düzenlemeleri doğrulama ve nihai doktrini ilan etme” işlevi gören ri-

tüeller için ortam sağlar. Toplumsal veya kamusal bir durumda en ufaklık davranışın dahi bir anlamı vardır. Jest, mimik, duruş kendimiz hakkında ne düşündüğümüzü ortaya koymanın yanı sıra kültürel değerleri içeren bütün bir düzenlemeye—sahneye— de katkıda bulunur.

Goffman bu sahneler içinde insan davranışlarının “teşhir” olarak görülebileceğini öne sürer. Hayvanlarda teşhirin “duygusal gerekçelerle başlayıp biçimlenmiş davranışa dönüştüğünü, bunun da (...) başta niyeti olmak üzere [hayvanın] durumunun rahatlıkla anlaşılabilir bir dışavurumunu sağladığını [ve] teşhirin, tanıklarından etkili bir yanıt alma ve onlara aynı etkili yanıtı verme müzakeresi yapılmasına imkân tanıdığını ” belirten Goffman, sözlerine benzer bir şekilde insanlarda da “...bireyin davranışları ve görünüşü ona tanık olanları (...) toplumsal kimliği, duygu durumu, niyeti hakkında bilgilendirir. [B]unlar (...) teşhiri yapan ve bunu algılayan kişiler arasında kurulacak ilişkilere dair temas şartlarını ortaya koyan teşhirlerdir” diye devam eder.

Ancak Goffman ekler (ki buradaki “ancak” meselenin de özüdür): “İnsanların, etraflarındaki davranışları yeni bir bakış açısından görebilme kapasitesi, onların teşhirleri kullanmasını karmaşıktırır... [İnsan] teşhirleri semptomdur, portre değil.. İfade edilen, pek de dışavurulan varlığın niteliği değildir

[D]ışavurum ekseriyetle içgüdüsel değil, toplumsal olarak öğrenilmiş ve toplumsal olarak örüntülendirilmiştir... [Bireyler] bir özelliği olan, bu özelliği dışavuran ve bu karakterolojik dışavurumun gayet doğal olduğu nesneler olmayı öğrenmektedirler. Doğalarımıza ilişkin kendi hipotezlerimizi teyit etmek üzere sosyalleşiriz...”

Goffman daha sonra esas konusuna dönerek şu saptamayı yapar: “O hâlde, kadınların ve erkeklerin insan doğasını ger-

çekten oluşturan, erkeklik ve kadınlık tasvirlerini temin etmeyi ve okumayı öğrenme kapasiteleri ve bu fotoğrafları sunmak için bir esasa bağlı olma istekleridir; bu kapasiteye de kadın veya erkek olarak değil insan olmaları sebebiyle sahiptirler.”

Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet işte bu son, tamamen ikna edici tespit üzerine kuruludur. Reklamlar illa kadın ve erkek olarak aslen ne şekilde davrandığımızı anlatmaz, erkek ve kadın davranışları hakkında ne şekilde *düşündüğümüzü* anlatır. Bu anlatım, kadınların ve erkeklerin yalnızca kendileriyle ilgili olarak değil, birbirleriyle ilgili olarak da nasıl *olduklarına*, olmak istediklerine, olmaları gerektiğine dair bizi ikna etmeye yönelik toplumsal bir amaç taşır. Kadınları ve erkekleri, tümü toplumsal yaşantımızı oluşturan daha geniş bir oyun veya sahne ya da düzenleme içinde birbirleriyle uyum içinde hareket eden kadın ve erkek *fikrine* yönlendirir. Bu yönlendirme, katılımcılarının fiili deneyimini gözetmeksizin toplumun asli düzenini, bozulmamış devamlılığını koruma görevini başarıyla yerine getirir.

Goffman can alıcı bir pasajda reklamcıyla toplumun işinin bir bakıma aynı olduğunu öne sürer: “Her ikisinin de başka türlü muğlak kalacak olanı, kolaylıkla okunabilir bir hâle dönüştürmesi gerekir.” *Başka türlü muğlak kalacak olan!* Çok şey söyleyen müthiş bir tabir. Muğlak olan nedir kesin olarak? Bunlar yarı-bilinçli zihnin, şaşkın ruhun; tanımlanmış deneyimden ziyade fiili deneyimin doğasını, ipuçlu duygudan ziyade hissedilen duyguyu, alınan bilgelikten ziyade algılanan hakikati kavramak için mütereddit iradenin bulanık, karmaşık gayretleridir. Üstelik “bu fotoğrafları sunmak için bir esasa bağlı olma isteği”, kendimizi anlamak, belli bir mesafeden kendimizi keşfetmek, neredeyse tamamen varsayılan bir benliği gerçek olarak kabul etmek için hem bireylerin hem de toplumların sürdürdüğü bilinçli mücadeleden geri çekilme eğilimidir.

Bir bakıma bu hayli önemli eğilime değinen Goffman –mükemmel analogi kurma dehasıyla— tatile çıkmış bir ailenin “iyi vakit geçirme”nin ne olduğunun ipuçlarını dış kaynaklardan almasının, hatta bir Coca-Cola reklamındaki idealize edilmiş tatile çıkmış aile gibi görünmenin ve hareket etmenin bir yolunu bulmasının hiçbir şekilde olasılık dışı olmadığını belirtir. Aynı şekilde, vurgulamaya ihtiyaç olmamakla birlikte, kadınlar ve erkekler “toplumsal cinsiyet davranışları” ile ilgili ipuçlarını reklamların önlerine koyduğu o davranışın imgesinden alırlar ve o reklamlardaki “insanlar” hâline gelmenin bir yolunu bulurlar.

Fotoğraflı reklamların *nasıl* yapıldığı ile *neden* yapıldıkları arasındaki ince denge üzerine düşünen Goffman şöyle bir sonuca ulaşır: “Fotoğrafçıların durumsal malzemeye nasıl anlamlar verebildikleri görüldüğünde bizzat kendimizin nasıl bir faaliyet içine girebileceğimiz görülmeye başlanabilir.”

O hâlde Goffman’ın *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet* kitabında incelememiz için seçtiği ve düzenlediği fotoğraflar, “bizzat kendimizin nasıl bir faaliyet içine girebileceğimiz” ile ilgili karmaşık meseleye getirdiği bir yorumdur. Bu yorum, her ne kadar kadın ve erkek insanları fotoğraflıyormuş gibi görünseler de reklamların fotoğrafını çektiklerinin, aslen toplumsal olarak işlevsel hâle getirme amacıyla yerleştirilmiş veya eşlenmiş bir erillik ve dişillik tasviri olduğunu net bir şekilde ortaya koyar.

Bu, Goffman’ın ortaya attığı öylesine bir fikir değildir (ki bunu ilk kabul edecek olan bizzat kendisi olurdu zira kaynak gösterme konusunda son derece adildir). Feminist stratejideki en önemli odak noktalarından biri reklamlardaki kadın imgesi olmuştur. Pek çok feminist, kadınların, ya cinsel tüketimin cisimleştiği varlıklar ya da cilalanmış zeminin esrimeye, beyazlamamış gömleğin ise depresyona sürüklediği tamamen akılsız

temizlikçiler yerine kondukları reklamlardaki korkunç kullanımlara özenle dikkat çekmiştir. Ayrıca, feministler erkeklerin doğal olarak üst/baskın, kadınların ise doğal olarak ast/tabii oldukları kanısını güçlendiren reklamların hizmet ettiği toplumsal ve siyasi amaçlara da işaret etmişlerdir.

Goffman'da özgün olan, reklamlardaki erkek-kadın imgelerine ilişkin kurduğu içgörünün niteliğidir. Bu konudaki gözlemlerin çoğunda derinliksiz ve temel bir nitelik var olagelmıştır: Özgün ön çalışma, deyim yerindeyse, meseleyi kazıp çıkarır. Goffman'ın -burada *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*'inde-, meselenin özüne nüfuz eden bakışları ve kapsamlı bağlamı sayesinde yaptığı ise öyle zekice ve incelikli bir gözleme katkıda bulunmaktadır ki bu da bizi daha önce hiç gitmediğimiz kadar uzak yerlere götürür. Reklamlardaki kadın imgesi hususunda dikkatli bir feminist bakış açısına hâlihazırda aşina olan bir okur için ise bu, elbette, katıksız bir haz, beklenmedik bir armağandır: Yenilenmiş bir uyarım, bir kez daha ateşlenmiş düşünce, artan zihinsel alan.

Goffman sıkı sıkıya tutulan deterjanlarla yarı çıplak bedenlere bakmak yerine ellere, gözlere, dizlere; yüz ifadelerine, başların duruşuna, göreceli bedenlere; konumlandırmaya ve yerleştirmeye, baş ile gözlerin başka yönler çevrilmesine, parmak ısırma ve emmeye odaklanır. Ayrıca fotoğrafları, büyük kısmı cinsiyetlerden biri için doğal poz veya davranış olarak gördüğümüz şeyi tek bir seride örneklendirerek açıklayacak şekilde gruplandırır ve daha sonra asgari iki veya üç fotoğrafı daha cinsiyetler yer değiştirmişken aynı davranış pozunu gösterir hâlde sunar. Burada, Goffman'ın dikkatini çeken detayın inceliğiyle, değiştirilmiş-cinsiyet fotoğraflarının taşıdığı vurucu etki arasında derinleşen algıdan önce gelen içsel bir sürprizi yaşarız.

Goffman “Dişil Dokunuş,” “İşlev Derecelendirmesi,” “Tâbi Kılmanın Ritüelleştirmesi,” “Görece Beden” ve “Geri Çekilme” gibi başlıklar altında reklamlardaki şu gözlemlenebilir fenomenleri görmemizi sağlar: 1) Ekseriyetle, bir kadın bir erkekten, yalnızca erkek kadından daha düşük toplumsal bir konumdaysa uzun boyludur, 2) Kadının elleri neredeyse hiç dokunmuyormuş, tutmuyormuş veya sarılmıyormuş gibi görülür –hiçbir zaman kavrarken, hünelerle kullanırken veya şekil verirken görülmez, 3) Kadınlarla erkeklerin olduğu bir fotoğraf bir tür izlek içerdiğinde, kadına izleği veren daima erkektir –buradaki kadınlarla erkekler çocuk olsalar bile (yani, erkek çocuk kız çocuğa izlek verecektir!); 4) Reklamda yatağa veya yere oturması ya da yatması gereken biri olduğunda, o biri hemen her zaman çocuk veya kadındır, neredeyse hiçbir zaman erkek değildir; 5) Erkeğin başı veya gözü başka yöne çevrildiğinde bu yalnızca toplumsal, siyasi veya entelektüel olarak ondan üstte olan birine doğru olur ancak bir kadının gözü veya başı başka yöne çevrilmişse bu daima onunla birlikte fotoğraflanan *herhangi* bir erkeğe istinaden olur; 6) Kadınlar bir erkekle yakın fiziksel temas hâlindeyken, “sanki erkeğin çevresine karşı canlılığı ve mücadele hevesi her ikisi için de yeterliymiş gibi”, sürekli olarak yüzlerinde dalgın ve hülyalı bir ifadeyle sahneden zihinsel olarak sürüklenip gidiyormuş gibi gösterilir; 7) Aynı zamanda kadınlar, erkeklerden çok daha fazla, kişiyi eylemden alıkoyan türde bir psikolojik kayıp veya bir toplumsal olaya mesafeli bir şekilde fotoğraflanır (örn. korkunç bir şey olmuştur ve kadın korkudan ne yapacağını bilmez şekilde ellerini ağzının üzerine koymuş olarak gösterilir).

Açık zihni, kavrayışlı hayal gücünü harekete geçiren şeylere ait duyguları vurgulayan bu ayrıntılar son derece ilginç ve canlıdır. Önceden “bildiğiniz” şeyleri daha iyi bilmenize,

onaylayarak coşkulu bir şekilde kafanızı sallamanıza, “a evet” diye mırıldanmanıza, “hiç aklıma gelmemişti!” diye şaşırmanıza neden olur.

Ne var ki, Goffman’ın “betimlenmiş dişillik”i (ki *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*’in asıl konusu budur), kafamızdaki kadın imgesiyle çocukların davranışları arasında kurduğu devamlı, sürekli derinleşen bu bağlantıdır. Goffman ebeveyn-çocuk ilişkisine dair yaptığı incelikli tartışmada, çocuğun davranışının çoğunlukla şuna işaret ettiğini söyler: “Müşfik bir hami, ‘gerçekler’den, yani yetişkinlerin toplumsal durumlarda maruz kaldıkları zorunluluk ve kısıtlamalardan kaçınmaktan veya muaf olmaktan ziyade tabiiyete izin vererek hazır beklemektedir.” Daha sonra isabetli bir şekilde ekler: “Çocuğun ciddiyetten kurtarılma için ödemesi gereken bariz bir bedel olduğunu fark edeceksiniz.”

Ciddiyetten kurtarılma. Durmadan yankılanan bir başka harikulade tabir. Goffman burada üst üste gösterilen fotoğraf serilerinde bizi, kadınların reklamlarda sürekli yetişkin erkeklerle bağdaştırılan doğal ciddiyetten tamamen yoksun bir hâlde çocuk gibi poz verir, çocuk gibi hareket eder, çocuk gibi görünür şekilde kullanılmalarına götürüyor. Yetişkin kadınlar, başları omuzlarına paralel olacak şekilde bir yöne eğilmiş, yüz tam karşıdan görünecek şekilde, gözleri ve ağızları gülümser hâlde dururken; indirilmiş göz kapaklarının ardından bakan gözlerle ayartıcı sokak çocuğu tarzında; eller arkadan birleştirmiş; çocukların “yaa amaaa yaa” duruşundaki gibi çapraz biçimde ayak parmakları üzerinde; kolları ve bacakları her bir yöne salınırken; elleri ceplerinde, yüzlerinde “muzip” veya “neşeli” bir ifadeyle ve bütün yüzlerde o kahrolası “büyüleyici” gülümsemeyle görülüyorlar.

Kadınların çocuk olarak gösterildiklerine yönelik bu göz-

lemelerin altını, reklamlarda kıyafet giyen erkekleri ve kadınları ne şekilde algıladığımıza ilişkin sözcükler ve fotoğraflarla yapılmış olağanüstü bir tartışma çiziyor. Goffman bu tartışmada, erkek bir reklamda ne giyerse giysin bunu ciddi bir şekilde taşıırken, kadın ne giyerse giysin ciddiyetle sunulan bir kişiye uygun bir kıyafet değil de sanki kostümmüş gibi, o kıyafeti deniyormuş gibi görüldüğüne işaret eder. Reklamdaki erkek takım elbise giyip evrak çantası taşıyorsa, onun bir işadamını ciddiyetle temsil ettiğine inanırız; şayet aynı erkek şort giyip elinde raket tutar şekilde görülüyorsa tenis oynamakta olan aynı erkeği temsil ettiğine, yani aynı hayatın farklı yönlerine baktığımıza, birinin bir an için diğzerinin yerine bir kenara bırakılmış olduğuna eşit şekilde inanırız. Ne var ki, resmî veya gündelik, iş veya spor kıyafeti giyen bir kadın gördüğümüzde ise rol yapan bir model izlediğimizi hissederiz. Bir kadın modelin giydiği kıyafetin, temsil etmesinin amaçlandığı kişinin ciddiyetine sahip olduğuna inanamayız. Üzerindeki kıyafetleri canlandırılan toplumsal durumda ciddiyetiyle bulunan bir kişiye işaret eden birini değil de, sürekli bir kostümlü baloda onu bunu deniyormuş gibi görünen birini izlediğimizi hissederiz.

Goffman'ın gözlemi güçlüdür. Neye işaret ettiği gerçeğini *bilmek* için yalnızca evrak çantası taşıyan, *The Wall Street Journal* okuyan veya laboratuvarında beyaz önlük giymiş bir kadın gösteren –üzerine boydan boya “kendi fikrine sahip kadınlar için” sözcükleri eklenmiş—bir reklama bakılması, daha sonra da kişinin kendi içgüdüsel kuşkuculuğuna başvurması yeterlidir. İnsanın aklına bir anda güçsüz insanların daha da güçsüz insanları “oynadığı”, yüzlerini siyaha boyayarak zenci taklidi yapan eski vodvilciler gelir ve ciddi insan taklidi yapan kadınların yer aldığı reklamlardaki bu imgelerin hayatın gerçek bir taklidi olduğu ortaya çıkar: Bir imgeyi yansıtan imgeyi yansıtan bir imge; hileli aynalar, göz aldatici efektler; hakiki amaçtan,

anamlı bir hayattan yoksun, insan fikrine benzeyen izler... Ya da Goffman *tam da* bunun gerçek hayat olduğunu söylüyordur belki de. Yani yaşamakta olduğumuz hayatın hakikati budur.

Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet'teki en acı verici ve belki de en önemli cümle şudur: "Burada gösterilen fotoğrafların gerçek hayattaki toplumsal cinsiyet davranışlarını temsil ettiği düşünülme de ... bunlarla ilgili muhtemelen önemli bir olumsuz beyanda bulunulabilir, bunların *fotoğraf olarak* tuhaf ve yapay olarak algılanmayacağını söyleyebiliriz."

Erving Goffman'ın günümüz feministleriyle paylaştığı şey, sıradan toplumsal davranışların altında her gün sayısız küçük zihin ve ruh cinayetlerinin işlediğine dair hissedilen kanaattir. Çoğu insanın içinde, yalnızca ölümü değil aynı zamanda canlı varlığı da yadsıyan, "doğal" addedilen benliğin toplumsal olarak faydalı imgesinin ardındaki Kafkaesk bir atmosferde havasızlıktan yavaş yavaş ölen duyarlı bir varlık vardır.

Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet bir yaratıcı belgeleme eylemidir. Dondurulmuş imgenin içine hapsedilmiş sıcak/sıcacık/hâlâ canlı hayatı kurtarabilelim diye doğal addedilenin içindeki yapayı görmemizi sağlamak için amacı -iyi bir roman, hassas bir analiz veya güncel siyasetteki gibi- "şeyin bizzat kendisini" adlandırmak, yeniden adlandırmak, bir kez daha adlandırmaktır.

TOPLUMSAL CİNSİYETİN TEŞHİRİ

Bir ritüelin işlevinin iki ayrı doğrultuda ilerlediğini varsayıyorum: Temel toplumsal düzenlemelerin tasdiki ve insan ile dünyaya dair nihai kozmolojinin sunumu. Bu merasimler genellikle ya birbirine karşı hareket eden kişiler ya da bir topluluk önünde hep beraber hareket eden kişilerce icra edilir. Bu nedenle “toplumsal durumlar” –bunları basitçe, orada mevcut bulunan kişilerin birbirleriyle algısal mesafe içinde oldukları bütün fiziksel alanlar olarak tanımlarsak— kişilerin bizzat bir “toplanma” temelinde, yalnızca bu nedenle tanımlanabilir olmasını içerir.

O hâlde, bir merasimde kullanılan malzemelerin toplumsal durumlarda bulunması gerekir; bunlar göz, kulak ve o an için başka bir şekilde sunulmamış somut materyallerdir. Böylece, toplumsal yapının katman ve hiyerarşileri mikroekolojik olarak, başka bir deyişle, küçük ölçekli uzamsal metaforların kullanılması yoluyla betimlenir. Söylensel ve tarihi olaylar yoğunlaştırılmış ve idealize edilmiş bir şekilde baştan sona canlandırılır. Vaftiz, mezuniyet, evlilik ve cenaze gibi hayattaki bariz kavşaklar veya dönüm noktaları resmi törenlerle icra edilir. Toplumsal ilişkiler, selamlaşmalarla ve vedalarla ele alınır. Mevsimsel döngülere dramatize edilmiş sınırlar konur. Mezun buluşmaları yapılır. Daha küçük ölçekte ise yıllık tatiller, hafta sonu ve akşam gezileri ideal ortamlarda kendini kaptırarak tecrübe edilir. Kişinin gündelik varlığını aşacak denli kaynak

harcanan etkinlikler hâline gelen yemek davetleri ve partiler verilir. Kutlama anları yeni malların satın alınmasıyla ilintilidir.

Bütün bu usullerde, genişletilen faaliyet biçiminde ve katılımcılarının açık bir şekilde ifade edilmemiş deneyimlerinde genelde saklı olabilecekler hakkında yerleşik bir toplumsal yaygara koparılır; kısaca bireye bir temsille, az çok ikonik bir ifadeyle, baş tacı etmesi beklenen şeyin kuklasıyla, varlığının sözde düzenlemesinin temsiliyle doğrudan yüzleşme fırsatı verilmiş olur.

Bir törenin tek, sabit bir unsuruna “ritüel” denebilir; kişilerarası olan türü ise bir bireyin bir diğerine ilişkin bakışını o kişiye resmettiği üstünkörü, gelenekselleştirilmiş eylemler olarak tanımlanabilir.

IIEğer Durkheim bizi ritüelleştirme teriminin bir anlamını göz önüne almaya sevk ediyorsa, Darwin de İnsan ve Hayvanlarda Duyguların İfadesi'nde bizi terimin tesadüfen bambaşka bir anlamını göz önüne almaya davet eder. Julian Huxley'den (ve etolojik açıdan) aktaracak olursak; temel argüman, belli bazı duygusal temelli davranışların doğal seçim baskısı altında biçimlendirilmiş —basitleştirilmiş, abartılmış ve kalıplaşmış— ve sergileyenlerce bütün özgül bağlamından uzaklaştırılmış olmalarıdır; bütün bunlar da aslen hem türler arasında hem de tür içinde daha etkili bir iletişim kurulabilmek için yapılır.¹ Bu davranışlar “teşhir”dir; bir tür açısından faydacı bir içeriği olan bu kavram, iletişimin etolojik anlayışının temelinde yatar. Hayvan, bir eylemi sonlandırmak zoruna kalmak yerine, esasen, başta niyeti olmak üzere durumunun rahatlıkla

1 *Philosophical Transactions of the Royal Society of London*, Seri B, No. 772, Cilt. 251 (29 Aralık 1966), s. 250.

okunabilir bir dışavurumunu sunar; bu da eylemin bizzat kendisinin bir bölümünün “ritüelleştirilme”si biçimini alır ve bu gösterge (ister teminat ister tehdit olsun) muhtemelen teşhirin tanıklarından etkili bir yanıt alma ve onlara aynı etkili yanıtı verme müzakeresinin yapılmasına imkân tanır. (Eğer burada başı Darwin çekiyorsa, John Dewey ile G. H. Mead de pek arkadan gelmiyorlardır.)

O hâlde etoloji meselesi bizi ritüel performanstan toplumsal yapıya ve nihai inançlara geri götürmekle kalmayıp, ki birincisinde performansı sergileyen ile tanık bütünleşiktir, toplumsal olarak yerleşik olayların gelişme istikametini bulmaya yönelir. Teşhirler böylelikle, aktörün bir toplanma veya karşılaşmada *safını belli etmesine*, toplumsal durumda vuku bulmak üzere olan şeyde tavrını almaya hazır görüldüğüne ilişkin kanıt sunar. Safını belli etme ya da hizaya gelmeler temasın şartlarını, durum dâhilindeki bireyler arasında gelişecek alış-verişin yöntemi, biçimi veya formülünü geçici veya belirleyici olarak ortaya koyarlar. Daha önce de belirtildiği üzere, etologlar burada iletişim terimini kullanma eğilimindeler ama bu çok yerinde bir terim değildir. Terimin dar anlamıyla bakıldığında, teşhirler iletişim sağlamazlar; aleni bir şekilde ortaya konmuş ve yalnızca o amaç için kullanılan sembollerden oluşan bir dil yoluyla herhangi bir şeyi açıkça ifade etmezler. Sadece aktörün o durumdaki hizalanmasına ilişkin kanıt sunarlar. Ayrıca teşhirler, hizalanmalar elverdiği ölçüde önem kazanır.

İnsanlar için teşhir örneği şöyle bir şey olur: Bir bireyin davranışlarının ve görünüşünün, ona tanık olanlara toplumsal kimliğiyle ilgili bir şey, duygu durumu, niyeti, beklentileri ve onlarla ilişkisinin durumunu asgari düzeyde anlatarak bilgi verdiğini farz edelim. Bu ayırt edici tanıtıcı davranışlar ve görünüş silsilesi her kültürde bilgilendirme işlevini daha rutin, belki de daha

etkili bir şekilde icra edebilmek üzere özelleşir; bilgilendirme çoğunlukla aleni bir şekilde olmasa da icranın denetleyici rolünü üstlenir. Bu tanıtıcı olaylara teşhir denilebilir. Daha önce de belirtildiği gibi, bunlar teşhiri sağlayan ve onu algılayan insanlar arasında gerçekleşecek alışverişe ait temas şartlarını, yöntemi, tarzı veya formülü geçici olarak ortaya koyar.

Son olarak özel konumuz: Eğer toplumsal cinsiyet (ister biyoloji isterse öğrenme sırasıyla olsun), cinsiyetin kültürel olarak belirlenmiş bağıntıları olarak tanımlanırsa, o hâlde toplumsal cinsiyet teşhiri de bu bağıntıların gelenekselleştirilmiş tasvirlerine denk gelir.

III Ritüel benzeri teşhirlerin yapısıyla ilgili neler söylenebilir?

(1) Teşhirler, bir birey tarafından, başka bir bireyi kendi beyanını sunmaya iten bir beyan sunumuyla birlikte -ki ikinci beyan ilkinin yanıtı olarak anlaşılmaktadır- çoğunlukla beyan-yanıt türü diyalojik bir vasıf taşırlar.

Bu beyan-yanıt çiftleri açık bir şekilde sınıflandırılabilir. Simetrik ve asimetrik çiftler vardır: Karşılıklı olarak ilk isimle hitap etme simetrik çiftken, ilk isime karşılık olarak bey ile hitap etmek asimetrik bir çifttir. Asimetrik çiftlerden de bazıları karşılıklı olarak tersine çevrilebilirken, bazıları için bu mümkün değildir. Kendi içlerinde asimetrik olan konuk ile ev sahibi arasındaki selamlaşmalar, bu iki kişi arasında başka bir durumda tersine çevrilebilirken, ilk isim/unvan çifti normalde tersine çevrilemez. Bir erkeğin kadına hitap ederken kullandığı, medeni durumu ifade eden unvan bir erkek için hiçbir zaman kullanılmaz. Öte yandan, bir erkeğin, kendinden aşağıda bir konumda bulunan başka bir erkekten, ilk isim yerine

aldığı “Bey” ya da “Efendim”i, kendinden yukarıda olan başka bir erkeğe isim yerine kullanma ihtimali vardır ki bu da tüzel varlığın o büyük zincirinin bir örneğidir.

İki birey arasındaki simetrik teşhirin asimetriler içerebileceği de unutulmamalıdır. Bu, söz konusu ikiliden hangisinin asimetri içeren o kullanımı aralarında ilk başlattığına ve hangisinin söz konusu kullanımın herhangi bir durumunda karşılıklı teşhire ilk başladığına bağlıdır.

Üstelik simetri (veya asimetri) de bizzat yanıltıcı olabilir. İki bireyin birbirlerine ritüel dâhilinde nasıl davrandıklarının yanı sıra ortak bir üçüncüye karşı ayrı ayrı nasıl davrandıkları ve bu üçüncünün onlara nasıl davrandığı da göz önüne alınmalıdır. Dolayısıyla bir erkek ile yakın kadın arkadaşı arasında gerçekleşen simetrik selamlamalar ve vedalaşmalarla ilgili önemli nokta, her ne kadar eşit şekilde simetrik de olsa erkeğin büyük ihtimalle kadının kocasına *farklı* bir dizi sunacağı, kadının da benzer şekilde olsa da erkeğin karısına yine farklı bir simetrik dizi sunacağıdır. Nitekim erkek-kadın farkı ritüel yaşamımızı öylesine derinden şekillendirir ki burada gayet sistematik bir “mevkidaşlık” düzenlemesi bulunabilir. Bir kadının hemen herkese gösterdiği, simetrik veya asimetrik olsun, bütün nezakete karşılık, erkek kardeşinin veya kocasının aynı kişiye gösterdiği –aynı görünse de farklı olan— koştur bir nezaket daha olacaktır.

(2) Bireylerin toplumsal durumlarda yapacak işleri olduğu göz önüne alınacak olursa, ritüellerin bu sayede başka türlü vuku bulan şeye nasıl ayak uyduracağı sorusu ortaya çıkar. Burada iki temel örüntü ortaya çıkıyor gibidir. İlki, faaliyetin kendisine fiilen müdahale edilemesin diye teşhir belli bir amaca yönelik girişimlerin başlangıçlarına ve sonlarına yani dönemeçlere yoğunlaşmış gibi görünür. (Dolayısıyla, kadınlar

ayağa kalkmak, oturmak, odaya girmek veya odadan çıkmak, sigara yakmak veya söndürmek, iç veya dış mekânlara girmek, sıcaktan veya soğuktan mustarip olmak ve benzeri fiziksel durumlarda görülen hafif değişiklikler olarak tanımlanabilecek durumları yaşamak zorunda kaldıklarında toplumumuzda erkeklerin kadınlara zaman zaman sergiledikleri küçük nezaketler mevcuttur.) Burada “parantez ritüeller”den söz edilebilir. İkincisi, bazı ritüeller faaliyetin bizzat yerini değiştirmeksizin başka bir amaca yönelik bir dizi faaliyet içinde tek bir işaret olarak sürdürülmek üzere tasarlanmış gibidir. (Selam vermenin aksine üst rütbeli bir subayla karşılaşıldığında, bütün süreç boyunca esas duruşta beklemek gibi bir temel askeri nezaket bunun bir örneğidir, ki ilki net bir şekilde parantez ritüeldir.) Burada “ritüel sabitlemesi” veya “bindirmesi”nden bahsedilebilir. Bu iki konumun –parantez ve bindirme— birleştirilmesiyle herhangi bir faaliyet dizisine yönelik bir teşhir çizelgesi elde edilmiş olur. Bu ritüellerin sahnenin tamamını renklendirdiği düşünülebilir, ancak sahnenin içinde yalnızca tercihli bir şekilde meydana geldikleri de sabittir.

(3) Şu açıktır: Eğer bir birey toplumsal durumlarda beklenen ve ritüel olarak kabul edileni verecek ve alacaksa, o zaman kendisini –kasten veya fiilen— öyle bir şekle sokmalıdır ki orada bulunan diğerleri kimle karşı karşıya olduklarını, toplumsal (bazen de şahsi) kimliği üzerinden derhâl öğrenebilsinler ve karşılığında bireyimiz de bu şekilde bilgilendirdiği kişilerle ilgili benzer bir bilgiye sahip olabilsin. Kimi teşhirler, bu kimlik belirleyici, erken uyarı işlevinin yerine getirilmesinde uzmanlaşmış gibidir: Toplumsal cinsiyet açısından saç stili, giyim kuşam ve ses tonu. (El yazısı, posta yoluyla sağlanan durum-benzeri temaslarda benzer bir işe yarar; isimler de aynı işe yaramanın yanı sıra yalnızca atfen orada bulunan kişilerin

idaresinde de aynı işi görürler.) Toplumsal durumlardaki ritüelleştirilmiş davranışların zaman içinde önemli ölçüde değişebilmeleri elbette mümkündür. Ancak yine de bunlar, özellikle politizasyonla bağlantılı olarak değişime en az maruz kalacak olan kimlik belirleyici biçimlendirmelerdir.

(4) İçlerinde birden fazla toplumsal bilgi kodlanmış olması bakımından teşhirlerin çoksesli veya çokanlamlı olabileceklere ve muhtemelen böyle olduklarına şüphe yoktur. (Örneğin, kullandığımız hitap şekilleri umumiyetle alıcının cinsiyetini ve ayrıca konuşmacıyla konuşulan kişi arasındaki ilişkinin vasıflarını kaydeder. Mesleki unvanlarda ["kılın yapılar"] da durum budur. Belli başlı Avrupa dillerinde maskülen/eril form tipik olarak belirtisiz [normal] durumdur; feminen/dişi form ise çoğunlukla yetersizlik, patavatsızlık ve deneyimsizlik de çağrıştıran bir son ek kullanılır.²) Bu karmaşıklık beraberinde bir başkasını daha getirir. Aynı teşhirde farklı statülerin kabulünün kodlandığı görülebilir, ayrıca sıralı olarak ele alınan değerlendirilmelere ait bir hiyerarşi de bulunur. Örneğin, bir ödül töreninde erkek yetkili öncelikle madalya, diploma, ödül veya ne takdim edilecekse onu verip daha sonra kazananın elini sıkabilir ve böylece bir askere, meslektaşına, yurttaşına vb.'ye resmi saygı simgesi sunarak, sadece bir örgütün temsilcisi olma vasfının ötesinde, başka bir erkeğe saygı gösteren bir erkeğe dönüşür; buradaki eylem hâlindeki dönüşüm net bir şekilde değişen yüz ifadesiyle bağlantılıdır. Bu durum, kazanan kadın olduğunda farklıdır ve yukarıda denileni açıkça teyit eder gibidir. Zira ikinci bir teşhir, insanların birbirlerini dostane bir şekilde [yanaktan] öpmeleri olabilir. Zamanın ABD Deniz Kuvvetleri Harekât Başkanı Amiral Elmo R. Zumwalt; Alene Duerk (Deniz Kuvvetleri Hemşire Sınıfı Komutanı olarak) ABD Deniz

2 "Dişileştiriciler"e ilişkin ayrıntılı bir inceleme için bkz. Connors (1971).

Kuvvetleri'nin ilk kadın amirali olduğunda düzenlenen töreni yönetirken, Duerk'i yanaklarından öperek mevcut uygulamaya katkıda bulunmuştu.³ Yine aynı şekilde kadın bir arpçı, Ginastera'nın Arp Konçertosu'nu henüz tamamlamış ve (erkek bir solistin yapacağı gibi) orkestra şefinin elini henüz sıkmışken, eğilip şefin yanağına bir de öpücük kondurarak bam telini titretmekte özgürdür. Bunun gibi, aldığı alkışı da müzisyen olarak hak eder ama kısa bir süre sonra sahneye getirilen çiçekler erkek bir solist için geçerli olmayan bir şeyleri çağrıştırır. Ters sıralama da mümkündür. Kültürlü bir babanın, iki yıllık aradan sonra kızıyla ilk karşılaşmasında şapkasını kaldırdıktan sonra eğilip kızını öptüğüne şahit olmuştum. (Şapkanın kaldırılması cinsiyetler arasındaki ilişkiye –muhtemelen “herhangi bir hanım” da aynı harekete neden olurdu— öpücük ise akrabalar arasındaki ilişkiye işaret ediyordu.)

(5) Teşhirler biçimlendirme dereceleri bakımından oldukça fazla çeşide sahiptirler. Bazıları, selamlar gibi, olayın şekli ve nedenine bağlı olarak belirlenmekte olup böyle davranmamak belli bazı yaptırımlara yol açabilir; diğerleri ise öylesine çantada keklik görülürler ki herkesin (bilinçli olmadan) bildiğini anlamak için biraz meraklı olmak yeterlidir, bunu yapmamak ise yaygın bir tedirginliğe ve faile kötü muamelede bulunulması için kabul edilebilir nedenler aranmasına yol açar.

(6) İlgileneceğim teşhir türlerinin –toplumsal cinsiyet teşhirlerinin—birbirleriyle bağlantılı vasıfları bulunuyor: Çoğu isteğe bağılıymış gibi görünür.⁴ Örneğin, erkek nezaketi kapsamında çoğunlukla belli bir teşhirin başlatılması gerekmez;

3 *International Herald Tribune*, 3-4 Haziran 1972.

4 Zimmerman ve West'in (1977) bana anımsattığı üzere, bireyin kendi cinsiyet sınıfını belirlemeyle ilgili pek az seçeneği vardır (ve bunu arar). Ne var ki, teşhirin hangi tamamlayıcısının toplumsal cinsiyet atamasını güvence altına almak için kullanıldığına dair birden çok seçenek çoğunlukla mevcuttur.

başlatıldığı takdirde ise kabul edilmesi şart değildir ve nazikçe reddedilebilir. Son olarak, icra başarısız olursa ironi, dürtme, şakayla karışık şikâyet vb. —kimi zaman toplumsal denetim aracından ziyade espri fırsatı olarak— ortaya çıkabilir. Bu serbestlik temeliyle bağıntılı olan başka bir durum: Her teşhirin, bir kısım etkisinin alternatif zarifliklerle başarılabileceği bir dizi işlevsel muadili olması muhtemeldir. Aynı zamanda ritüelleştirme süreci de bizzat iş başındadır. Henüz başlayan hürmet jestini geri çeviren bir alıcı, jesti icra etmeye niyetli verici arzusunu gösterene dek beklemiştir; ikincisi, hareketinin sona ermesine ne kadar çok güven duymayı başlayabilirse, niyetini göstermesi de o kadar çok alenileşmemiş biçimin yerini alabilir.

(7) Normalde teşhirler aslında belirli bir toplumsal ilişkinin akışında değil daha ziyade bunların geniş kümelenmelerinde temsiliyet sağlarlar. Örneğin, aralarında akrabalık ilişkisi olan insanlar veya karşı cinsten arkadaşlar birbirlerini dostça öpebilirler ve bizzat bu davranışın ayrıntıları hangi ilişkinin onandığına dair herhangi bir bilgi sağlamayabilir. Bunun gibi kapıdan geçme önceliği de örgütsel kademenin gösterilmesi için kullanışlıdır ama aynı müsamaha bir kuruluşun misafirlerine, başkasına tâbi küçük yaştakilere, yaşlı ve hastalara; aslen tartışmasız güçlü toplumsal konumu olanlarla (tersinme nezaketiyle de) tartışmasız zayıf konumu olanlara da tanınır. O hâlde, herhangi iki insanın birbirlerine gösterdikleri teşhirlerin incelenmesiyle herhangi bir durumda bu iki kişi arasındaki ilişkinin resmi hemen hemen hiç elde edilemez; çiftin karşılıklı tanımlayıcı temas türlerinin tamamındaki bu inceliklerin bir araya getirilmesi gerekir.

O hâlde, toplumsal yapılar ile ritüel ifadelere ait belli bazı durumlarda olan biten arasında gevşek bir bağdaşım vardır.

Bu durum yaygın olarak toplumsal durumlar dâhilinde zuhur eden soyut sırasal formatın incelenmesiyle daha ayrıntılı bir şekilde görülebilir. Örneğin, yapılan karşılaştırmalar az çok toplumsal konumdaki ayrımların hatırlatıcısı olarak ele alındığı ve çeşitli konumlar arasındaki toplumsal mesafe farklılıkları ile konumların özgül özellikleri gözden uzaklaştığı için, katılımcılar çoğunlukla birtakım görünür vasıflara –görünüş, boy, toplumsal pozisyon, merkeze yakınlık, giyim kuşamdaki gösteriş, zamansal üstünlük, vb.— göre sırasal bir düzende teşhir edilirler. Dolayısıyla temel hürmet biçimleri, belki de toplumsal durumlarda ifade edildiği varsayılan yapılardan ziyade oradaki özel betimleyici kaynaklar hakkında daha fazla bilgi sağlayarak, toplumsal evrenin bilhassa sınırlı bir versiyonunu sunar.

(8) İnsanlar diğer hayvanların aksine sergiledikleri teşhirlerin gayet bilincindedir ve bunların çoğunu kendi istekleriyle çeşitli bağlamlarda kasten icra edebilirler. Dolayısıyla, insan aktörler (etologların tanımladığı şekliyle) sırf bir eylemi “yerinden etmek” yerine, varsayılan alıcının doğrudan görüş açısından çıkana dek bekleyebilirler ve sonra yalnızca o zaman icra edilmesi güvenli olan bir tavır tasvirine girişebilir ki buradaki icra, icracının kendisi veya üçüncü tarafların yararına gerçekleştirilir. Bu tip bir teşhirin alıcısı (veya daha ziyade hedefi) ise, bunun karşılığında, söz konusu eylem gözünden kaçmamış olmasına karşın –hatta bazen kaçmadığı barizken— kaçmış izlenimi yaratarak bilfiil işbirliği yapabilir. (O hâlde, açığa çıkarmak için yapılanın kısmen gizlenmiş olabileceği paradoksuyla karşı karşıyayız.) Daha önemlisi, teşhirin yeri bir kez belli bir eylem dizisi içinde sağlamlaştığında dizinin bir bölümü özgün bağlamından çıkarılabilir, paranteze alınabilir ve alıntı şeklinde kullanılabilir; taklit, alay, ironi, sataşma ve çok yaygın bir şekilde reklamlardaki hayal ürünü sahnelerin tasviri de dâhil

olmak üzere diğer eğlenceye yönelik amaçlar için bir repertuar oluşturur. Burada aktör, kendisinin de bizzat eylem sırasında gayriciddi bir şekilde farkına vardığı bu süreç hakkında yorum yaparken üsluplaştırmanın da dikkat nesnesi hâline gelir. Eski-den de ritüel olan bizzat ritüelleştirilir; hâlihazırda dönüşmüş olan bir daha dönüşür, bir “hiper-ritüelleştirme” meydana gelir. Dolayısıyla, insanların teşhirleri kullanması, yine insanların davranışları yeni bir bakış açısından görebilme kapasitesince karmaşıktırılır.

Özetle, bir ilişkinin ritüeller yoluyla nasıl tasvir edildiği bizzat ilişkiye ait dengesiz, hatta çarpıtılmış bir görüntü verebilir. Bu olgu bir başka olgu, yani teşhirlerin icrasına müdahale etmemek için bir faaliyet sırasında bağdaşır bir şekilde zamanlanma eğilimi ışığında değerlendirildiğinde, ritüelin bize verdiği toplumsal hakikat versiyonunun yalnızca o olduğu – şeylerin olduğu hâlinin bir resmi değil, algıya yönelik tesadüfi özendirici bir rehber olduğu— daha da netlik kazanır.

IV Teşhirler “dışavurumcu davranış” olarak düşündüğümüz şeyin parçasıdır, böyle olunca da az çok sıcaklık ve nabız gibi doğal ve insanların oldukları hâlden türemiş gibi algılanıp alınma eğilimindedirler; bu nedenle de toplumsal veya tarihsel çözümlemelerinin yapılması elzemdir. Ancak, elbette, ritüelleştirilmiş ifadelerin Ford arabalar kadar tarihsel bir kavrayışa ihtiyacı vardır. Kullandığımız dışavurumcu pratikler dikkate alındığında şu soru sorulabilir: Bu teşhirlerin kaynağı nedir?

Eğer, özellikle, erkeklerin ve kadınların toplumsal durumlara katılma biçimlerini ayıran davranışsal tarzlar –kodlar— varsa, o hâlde sorunun bu tarzların kökenleri ve kaynaklarıyla ilgili sorulması gerekir. Materyal ve içerik doğrudan belirli top-

lumsal ortamlarda bulunabilen kaynaklardan gelebilir ancak bu içeriğin formüllerinin, şekillendirmelerinin nereden geldiği sorusuna hâlâ yanıt verilmiş olmaz.

Toplumsal cinsiyet teşhirlerimizin kökenlerine ilişkin en önemli açıklama, elbette, biyolojiktir. Toplumsal cinsiyetin hayvani doğamızın bir uzantısı olduğu varsayılır; tıpkı hayvanların cinsiyetlerini dışa vurduğu gibi insanlar da dışa vurur: Her iki durumda da doğuştan gelen etmenlerin davranışları açıkladığı söylenir. Nitekim, bir bireyi başta iki cinsiyet sınıfından birine yerleştirmekte ve bu yeri sonraki yıllarda teyit etmekte kullandığımız araçlar, evcil hayvanların idaresinde kullanılan yerleştirme araçları olabilir ve bu amaçla kullanılır. Ne var ki, yerleştirmeyi belirleyen işaretler biyolojik olanın tanımlayıcı meseleleri olmalarına karşın bu meseleleri neden elzem ve esas olarak değerlendirmemiz gerektiği kültürel bir meseledir. Daha önemlisi, davranışsal toplumsal cinsiyet teşhirinin hayvan hayatından faydalandığı yerlerde bu, doğrudan evrimsel bir açıdan değil, veya yalnızca bu açıdan değil, bir imge kaynağı—kültürel bir kaynak—olarak yapıyor gibi görünmektedir. Hayvanlar âlemi –veya en azından belli bazı kısımları— bize toplumsal cinsiyet teşhirine yönelik ille de filogenetik modeller değil, mimetik modeller sunar. Dolayısıyla, Batı toplumunda köpek yaltaklığın, öfkeyle huylanmanın ve (uzun, sivri dişleriyle) tehditkarlığın en uç modelini oluştururken, muhakkak at da model olarak fiziksel gücün en uç modelini sunmuş, ancak kişilerarası ve etkileşimsel olanla pek ilgili görülmemiştir.⁵

5 Bu konudaki önemli eserlerden biri elbette Darwin'in İnsan ve Hayvanlarda Duyguların İfadesi'dir. Bu çalışmada birkaç hayvanın birkaç jestiyle –örneğin üstünlük, yatıştırma, korkuyu dışa vuran jestler— oyuncuların aynı ifadeleri canlandırdığı ifadeler arasında sözcükler ve resimlerle doğrudan bir benzerlik kurulmuştur. Bu çalışma bir etoloji klasiği olarak yakın zamanda ve doğru bir şekilde yeniden ortaya çıkarılmış olup (zira teşhirler ilk kez bu kitapta isimlendirilmeleri dışında her şeyleriyle ayrıntılı olarak incelenmişlerdir) genellikle hayvansal ni-

Bir kez hayvanlar âleminin, ve o âlemle ilgili töresel bilgilerin, toplumsal cinsiyet teşhiri için kültürel imge kaynağı sağladığı görüldüğünde teşhir imgelerinin başka kaynaklarının incelenmesi yolu açılmış olur ancak bunlar şimdi daha hassas bir noktaya dokunan taklit modelleridir. Örneğin Avrupa'daki saray hayatı ve soylu erkeklerin doktrinleriyle ilişkilendirilen bütün, bu doktrinler özellikle askeri etiket ve görgü kurallarıyla birleşmeye (ve değişmeye) başladığında büyük önem kazanır. Bu biçimin gücü muhtemelen azalıyor olsa da bence İkinci Dünya Savaşı'na kadar özellikle Britanya'nın etkisi altındaki ülkelerde ve özellikle, elbette, erkekler arasındaki alışverişlerde çok hakiki bir önem taşımaktaydı. Örneğin, emre hazır olma ifadesinin aracı olarak esas duruş pozisyonu, "Komutanım" [Sir] yanıtı ve hatta selam verme, askeri hayattan sahnelerin çok ötesine geçmiş bir hürmet tarzının parçası hâline gelmiştir.

Ancak buradaki amacımız itibarıyla, hayvanlara ilişkin töresel bilgi veya askeri gelenekten çok daha yerinde bir teşhir kaynağı vardır; konuyu canevinden vuran, nitekim tam da evde bulunan bir kaynak: Ebeveyn-çocuk ilişkisi.

VEbeveyn-çocuk kompleksinin, ideal orta sınıf versiyonuyla ele alınıp, davranışsal imge kaynağı olarak değerlendirildiğinde, bazı çok özel nitelikleri vardır. Birincisi, çoğu kişi ebeveynleri ve/veya yaşça büyük kardeşleri tarafından bakılmış ve ebeveyn (veya yaşça büyük kardeş) olarak tersini yapmıştır. Öyle ki her iki cinsiyet her iki rolü de deneyimlemiş olur—bu cinsiyetsiz bir kaynaktır. (Çocuğun karşısında rolü oynayan

teliklerimizin ve sonuç itibarıyla da onlarla paylaştığımız ifadelerin açıklaması olarak değerlendirilir. Artık kitap özünde, hizalanma ifadelerinin niteliği ve kökenleriyle ilgili kültürel inançlara ait bir kaynak olarak da işlev görmektedir.

kişi, baba veya ağabey kadar veya onlardan daha fazla anne veya abladır. Bunların çocuktaki rolünün yarısı erkek olacaktır ve eskiden ideal olarak kadınlara uygun olduğunu düşündüğümüz ev hanımı rolü, pek çok ebeveyne ait unsur içermektedir.) İkincisi, miras ve ikamet kalıpları dikkate alındığında, toplumumuzda ebeveynlerin hem geçici hem de bu münasebetle onlara tâbi kılınanların “yararına” çaba sarf eden yegâne otorite olduğu hakkıyla söylenebilir. Çocuğun aldığı yetiştirme karşılığında denk bir şey verdiğini söylemek –en azından Batı toplumumuzda- gülünçtür. Değer biçilebilir bir karşılık [*quid pro quo*] yoktur. Denge her yerdedir. Bir nesilde alınan şey bir sonrakinde verilir. Bu önemli menfaatçi olmayan olanağın toplum araştırmacıları tarafından çok görmezden gelindiğini eklemek gerekir. Oturmuş imge, toplumsal mübadele kavramını etkinleştirerek iktisadî ve Hobbes’un fikirlerini takip eder ve ortaya çıkan yeni sesler, ebeveyn otoritesinin nasıl yanlış yönlendirilmiş, baskıcı ve etkisiz olabileceğini göstermekle ilgilenir.

Şimdi ebeveyn-çocuk ilişkisinin araştırmacıyı, toplumsal durumların toplumsal örgütlenme birimi olarak taşıdığı öneme yönlendirme aracı olarak özel bir değer taşıdığını öne sürmek isterim. Bir çocuğun, ebeveynlerinin onun adına yapmakta oldukları şeyler içinde yapma ayrıcalığına sahip olduklarının büyük bir bölümü ile katlanması gerekenlerin büyük bir bölümü, toplumumuzdaki yetişkinlerin kendilerini toplumsal durumlarda nasıl idare ettikleriyle ilgilidir. Temel mesele şaşırtıcı bir şekilde şu hâle gelir: *Toplumsal durumlarda etrafımızdakilere saygıyla yaklaştığımızı gösterme ve onların arasında tedbirliliğimizi sürdürme aracı olarak kendimizi idare etmeye yönelik hangi yöntemi kullanırsınız?*

O hâlde, ideal orta sınıf ebeveyn-çocuk ilişkisinin ana hatlarını, çocukla ebeveyn aynı toplumsal durumda mevcutken

olabileceklerle sınırlayarak, şematik olarak çizmek faydalı olabilir.

Çocuğun toplumsal bir duruma bütün “temel” ihtiyaçları giderilmiş ve/veya karşılanmış olarak girdiği ve kendisinin uzak geleceğe yönelik plan yapması için herhangi bir geçerli nedeni olmadığı varsayılır. Çocuk sanki tatilde gibidir.

Burada adına *yönelme yetkisi* denebilecek bir şey vardır. Çocuğun durumdan uzaklara, kaçışlara, dalgınlıklara ve benzerlerine sürüklenmesi hoşgörülür. Ağlama krizine girmesi, kahkahalarla makaraları koyuvermesi, neşeye boğulması ve benzerlerinde olduğu gibi duygu patlamalarına yetkisi vardır.

Bu yetkiyle bağlantılı bir başka yetki daha vardır, yani bir sonuç elde edebilmek için açıkça etkisiz olan kaçmak, başa çıkmak gibi arzusunu ifade etme araçlarının kullanımına sahip olup bu amaca kesinlikle ulaşamaması. Bunun örneklerinden biri, çocuğun anne babasının arasına veya arkasına veya (daha hafifletilmiş hâliyle) elleriyle gözlerini kapatarak bu şekilde tehlikeyle göz temasını koparması ama tehdit altındaki bölümüyle koparmamasıdır. Bir diğeri yarı-ciddi yarı-şaka bir saldırı türü olan “yumruklamak”tır; çocuğun böyle bir çabadan etkilenmeyeceğini bildiği bir rakibe kayda değer güç kullanmasıdır ki böylece araçsal bir çaba olarak başlayan şey kuşkusuz başarısız bir jestle sonuçlanır. Bütün bunlarda klasik etolojik açıdan ritüelleştirmenin hoş örnekleri bulunabilir. Çocukça davranmanın nasıl bir şey olduğunun çözümlemesi de.

Bir sonraki mesele, anne babanın korumacı aracılığıdır. Çocuk için yüksek şeyler, çetrefilli şeyler, ağır şeyler temin edilir. Tehlikeli şeyler –kimyasal, elektrikli, mekanik- uzak tutulur. Kırılabilir şeyler onun için idare edilir. Yetişkin dünyasıyla kurulan temaslar çocukla çevresindeki kişiler arasında tampon oluşturacak şekilde aracılıklıdır. Çocuğun etrafındaki yetişkin-

ler genellikle bu dünyaya ait acımasız şeylerle başa çıkmak gerektiğinde konuşmalarını yumuşatırlar: İş, para ve seksle ilgili konuşmalar sansürlenir; küfür engellenir; dedikodu hafifletilir.

Müşamaha öncelikleri vardır: Kapılardan ve cankurtaran sandallarına geçişte öncelik çocuklara verilir, dağıtılacak şeker varsa önce çocuk alır.

İşlenen suçun silinebilirliği kavramı vardır. Yanlış bir iş yapan çocuk sadece ağlar ve aksi halde pişmanlık duyar ki bundan sonra sanki sicili tertemiz olmuş gibi her şeye baştan başlayabilir. Ciddi ciddi azarlanmaya verdiği ilk duygusal tepkinin yeterince dolu olması gereklidir ve suçunun nihai ödemesi olarak kabul edilecektir. Ayrıca yalnızca yaptığı şeyden dolayı nasıl da üzgün olduğunu göstermesi koşuluyla kendisine gösterilen sevginin kesilmeyeceğini de varsayabilir.

Bütün bu yetki ve ayrıcalık biçimlerinin arkasında aleni bir genelleştirme vardır. Müşfik bir hami, “gerçekler”den, yani yetişkinlerin toplumsal durumlarda maruz kaldıkları zorunluluk ve kısıtlamalardan kaçınmaktan veya bunlardan muaf olmaktan ziyade tabiiyete izin vererek hazır beklemektedir. O hâlde en derin anlamıyla orta sınıf çocuklar, toplumsal durumlara alışmak ve uyum sağlamakla değil, bu çabaların kendisini denemek veya bu çabalarda bulunur gibi görünmekle meşguldürler. Bu çocuklar için gerçeklik ziyadesiyle bağışlayıcıdır.

Dikkat edin, eğer bir çocuk gerçekliklerden bu çeşitli muafiyetleri talep edebiliyorsa o hâlde, elbette, acıdan ağlama menzili içinde veya meydanda –geri tüyme mesafesinde– kalmalıdır. Tabii ki bütün bunlarda anne babalara da ebeveynliklerini oynayabilecekleri sahneler temin edilir.

Çocuğun ciddiyetten kurtarılmak için ödemesi gereken bariz bir bedel olduğunu fark edeceksiniz.

Çocuk fiziksel kararlara ve bunların canlı anımsatıcıları işlevini gören buyruklara tabidir: Karşı yönden gelen trafikten ve düşme ihtimallerinden kaynaklanan zorlamalar, itirazlarına rağmen paltosunun önünün kapatılması ve eldivenlerinin giydirilmesinde olduğu gibi zoraki bakım. Genelde çocuğun yaptıkları güvenli bir şekilde yerine getirilmeleri teminatıyla teklifsizce yarıda kesilir.

Çocuk, varlığı tanınmayarak çeşitli muamelelere maruz bırakılır. O kaale alınmaz, sanki orada değilmiş gibi, onun hakkında konuşulur. Şefkat ve ilgi jestleri “doğrudan,” çocuğu aynı eylemler yoluyla sözel etkileşime sokmadan icra edilir. Şaka yollu takılma ve sataşmalar olur ki bunlar da çocuğun eşkatılımcı olarak sohbete dâhil edilmesiyle başlayıp sırf dikkatin yöneldiği bir hedef olarak muamele görmesiyle sonuçlanır.

Çocuk içinden geçenleri, duygularını ve anımsadıklarını açıkladığında sanki bilgilendirme hakkı varmış gibi muamele görmez. Temas hâlindeyken arzuları ve niyetleriyle, çektiği ağrılar ve acılarla, küskünlük ve minnettarlığıyla, kısacası öznel durumuyla ilgili sorular sorulabilir; ancak çocuk bu duygudaşlık taşıyan meraka karşı müdahaleci olduğu düşünölmeksizin karşılık vermekte pek başarılı olamaz.

Son olarak, çocuğun zamanı ve bölgesi gözden çıkarılabilir görölebilir. O anda ne yapıyor olduğuna bakılmaksızın ayak işleri yapmaya veya bir şeyler alıp getirmeye gönderilebilir, yetişkinlerin ihtiyaçlarından dolayı mekânsal ayrıcalıklarını terk etmesine neden olunabilir.

Şimdi çocuğun hayattaki durumunun önemli özelliklerinden birinin, ebeveynlerinin onunla kurduğu etkileşim biçiminin, ebeveynler dışındaki akrabalar, akraba olmayan tanıdıklar ve hatta tanımadığı yetişkinleri dahi kapsayacak şekilde diğer

yetişkinlerce de benimsenme eğiliminde olduğuna dikkat edelim. (Dünya, sanki tek bir orduya ait askeri bir üniforma içindeymiş, bütün yetişkinler de bu ordunun subaylarıymış gibidir.) Dolayısıyla, aleni bir ihtiyacı olan çocuk -başka herhangi bir yakın yetişkinin ondan sorumluymuş gibi görünmemesi kaydıyla- tanımadığı bir yetişkine yardım teklif etme hakkı, hatta zorunluluğu sunar.

Bu ebeveyn-çocuk bütünü ortak deneyim kaynağı olarak ele alındığında, yetişkin meclislerinde de bu bütünü temel alıyor gibiyiz. Bu hiyerarşik bütünün ritüelistik dışavurumu yoluyla yapılan çağrılar, bir nebze yakınlığın samimileştirdiği ve çekişmenin olmadığı düşünülen bir ortamda pek çok yüz yüze etkileşime; kısaca iyi huylu bir denetime neden oluyor gibidir. Üst konumda olan, destekleyici özdeşleşmeden dolayı karşılıksız bir şey verir, alt konumda olan ise doğrudan minnettarlık teşhiriyle, o olmasa bile en azından ilişkiye ve sürdürdüğü durumun tanımına üstü kapalı bir boyun eğme ile karşılık verir.

Bir öğleden sonra polis memurlarından birine, sorumlu olduğu bölgeye oldukça uzak ticari bir bölgede yasak park nedeniyle telefon gelir. Memur mınıtkada epeyce yenidir ve adresi bulması zamanını alır. Adrese ulaştığında küçük bir sokağın köşesine alenen tehlikeli ve yasa dışı bir şekilde park edilmiş bir araba görür. Ceza defterini çıkarıp ceza keser. Ceza makbuzunu arabaya koyarken köşedeki dükkândan bir adam çıkar. Yaklaşır ve memurun kendisinin ettiği telefon üzerine gelip gelmediğini sorar. Polis onun üzerine geldiğini söylediğinde onu rahatsız eden arabanın çoktan oradan gittiğini ve polisin kendi arabasına ceza kesmeyeceğini umduğunu söyler. "Geçmiş olsun *birader*, yazdım bile."

"Memur Reno'nun geleceğini sanmıştım, genelde 6515 devriyesinde o olur. Memur Bey, gelecek sefer ceza kesmeden önce dükkâna uğrarsanız sevirim." Polisin biraz kafası karışır...

Nazik ve açık sözlü bir şekilde “Beyefendi, ceza yazmadan önce her dükkâna girip uygun olup olmadığını sorsam dışarıdan nasıl görünür? İnsanlar ne yaptığımı düşünürler?” Adam omuzlarını silkip gülümser. “Haklısın evladım. Tamam, söylemedim say. Yardımcı olabileceğim bir şey olursa çekinme, uğra bana.” Polisin omzuna takdir edercesine yumuşakça vurup işinin başına döner [Rubinstein 1973: 161-162].

Veya alt konumda olan, çaresizlik ve ihtiyaç işareti verir ve üst, gönüllü hizmetle karşılık verir. *Time* dergisinde kadın polislerle ilgili yayımlanan bir haber bu konuda örnek olarak verilebilir:

Orada hâlihazırda bulunanlar [kadın polisler], polisin suçla mücadelede kullandığı silah deposuna asırlardır erkeklerini elde etmelerini sağlayan yeni bir yıkıcı silah eklediler. Bu silah, geçtiğimiz Aralık’ta Miami’de bir dükkândan mal çalan kaslı bir hırsız yakaladıktan sonra etrafta başka herhangi bir polis –hatta tek bir telefon bile— olmadığını fark eden minyon devriye polisi Ina Sheperd’in çok işine yaradı. Yardım isteyemeyen Shepherd gözyaşlarına boğuldu. Gözaltına aldığı şahsa “Eğer sizi içeri atmazsam işimi kaybedeceğim” diyerek ağladı, şahıs da bunun üzerine devriye arabası bulunana dek bir şövalye gibi cesaretle Shepherd’a eşlik etti.⁶

O hâlde toplumumuzda ne zaman bir erkek bir kadınla veya alt konumdan bir erkekle (özellikle genç biriyle) alışverişte bulunsa, ebeveyn-çocuk kompleksinin uygulanmasıyla birlikte mesafe, baskı ve düşmanlığın bir miktar azalması kuvvetle muhtemeldir. Ki bu durum da ritüel açısından bakarsak, kadınların alt konumdan erkeklere eşdeğer olduğunu, her ikisinin de çocuklara eşdeğer olduğunu ima eder. Alt konumdakiler bu nazik ayrıcalıkları ne kadar nahoş ve aşağılayıcı bulurlarsa bulsunlar, memnuniyetsizliklerini aleni bir şekilde ifade

⁶ *Time*, 1 Mayıs 1972, s. 60; bu tip haberlerin *Time*’ın haberleri biçimlendirmesinde üstlendiği rolü göz önüne almıyorum.

etmeden önce iyice düşünmeleri gerekir zira iyi niyetli bir şekilde durumla ilgilenen erkek, yönünü hızla değiştirmekte ve iktidarının diğer yüzünü göstermekte serbesttir.

VI Burada kısa bir değerlendirme yapmamıza izin veriniz. Toplumsal durumlar karşılıklı izleme sahaları olarak tanımlanmıştı. Araştırmacının toplumsal durumları, toplumsal hayatın tamamını inceleyebileceği doğal bir mecra olarak çok ciddiye alması mümkündür. Ne de olsa bireyler toplumsal durumlarda terimin tam anlamıyla iletişim kurabilir ve yalnızca bu durumlarda birbirlerine baskı yapabilir, saldırabilir, cinsel etkileşime geçebilir, jestleriyle birini sıkboğaz edebilir, fiziksel rahatlık sağlayabilir ve benzer şeyleri gerçekleştirebilirler. Anlaşılabilir bir şekilde, toplumsal durumlara özgül risklerin ve fırsatların idare edilmesi için normatif baskı sistemleri de dâhil olmak üzere bütün toplumlarda adaptasyon mekanizmaları bulunur.

Toplumsal durumlara karşı birincil ilgimiz, bireylerin toplumsal portreler çizebilmek için mevcut ufak tefek malzemelerin yanı sıra yüzlerini ve bedenlerini çoğunlukla böylesi bağlamlarda kullanabildiklerinden kaynaklanmaktaydı. Daha geniş toplumsal çerçevede kendi yerlerini alan şeyi betimlemek ve karşılığında betimlenmiş olanı onamalarını sağlar şekilde bu küçük, lokal yerlerde kendilerini mikroekolojik olarak düzenleyebilirler. Birey işte burada, bu toplumsal durumlarda toplumsal kimliği olarak gördüğü şeyi ifade edebilir ve karşılığında kendi tasarılarını gerçekleştirmek için güvenmesi gerektiği bilgi karşısında duygularını ve niyetini gösterir.

Şimdi bana göre, aslında toplumsal durumlara, yani herhangi bir toplumsal durumda genelde mevcut kaynaklara ken-

disini bu şekilde adayan tüm toplumsallaşma biçemlerinin, toplumsal hayatta çok güçlü bir etkisi olacaktır. Bu toplumsallaşmanın belirli bir anda herhangi bir belirli dost meclisinde etkisi hafif olabilir—örneğin mevcut meselelerin ilerleme tarzını değiştirmekten başka bir sonucu olmayabilir. (Ne de olsa sigaranızı kendinizin veya başkasının yakması akciğer kanserine yakalanma ihtimalinizi değiştirmez. Ayrıca işinizi kaybettiğinizin bildirildiği görüşmenin nezaketle veya kabalıkla yapılmış olması işinizi kaybettiğiniz gerçeğini de değiştirmez.) Ne var ki, mesele hep kimin fikrinin en sık ve en güçlü şekilde dile getirildiği, herhangi bir ortak faaliyetin eşgüdümü için görünürde gerekli olup devam eden tâli kararları kimin aldığı ve kimin geçici kaygılarına en fazla ağırlığın verildiğidir. Hem bu küçük kazanç ve kayıpların bazıları ne kadar önemsiz görünürse görünsünler, meydana geldikleri toplumsal durumların tamamında biraraya getirildiklerinde toplam etkilerinin muazzam olduğu görülebilir. Bu tâbiyet ve başatlığın toplumsal araçlar yoluyla dışavurumu, toplumsal hiyerarşinin sırf izinin sürülmesinden veya sembolünden veyahut da ritüelistik olumlamasından daha önemlidir. Bu dışavurumlar hiyerarşiyi önemli oranda kurarlar, onlar *hem* gölge *hem* maddedir.⁷

İşte burada toplumsal cinsiyet tarzları netlik kazanır. Zira bu davranışsal tarzlar herhangi bir toplumsal durumda kullanılabilir ve burada paylarına düşeni az da olsa alırlar. Anne-cikler ve babacıklar minik Johnny'leriyle Mary'lerine ne öğreteceklerine karar verdiklerinde tam da doğru seçimi yapmış olurlar —elbette yeniden üretmek istedikleri şeyin bildiğimiz

7 Bu bağlamda yakın zamanda öne sürülen bir görüş, karşı cinslerin konuşmalarının sıralanmasıyla ilgili olarak üniversite öğrencisi erkek ve kadınlar arasındaki farkları ayrıntılarıyla belirlemeye yönelik çalışmalarda bulunabilir. Bkz. Zimmerman ve West (1975), Fishman (1975) ve West ve Zimmerman (1975). Bunların sonucunda ebeveyn-çocuk ve yetişkin erkek-kadın konuşma pratikleri arasındaki bazı benzerlikler tartışılmaktadır.

dünya olduğu varsayıldığında—, aslen sahip olmaları gereken-
den çok daha fazla bir sosyolojik incelikle hareket ederler.

Peki ya davranışsal tarzlar? Toplumsal durumlarda elle tutulabilir hayatla ilgili bir varsayımda bulunma aracıdır. Aynı zamanda katılımcıların süregiden yerleşik faaliyetlere karşı hizalanmalarını sundukları bir koreografidir.

VII Sözlerime bir vaazla son veriyorum.

Balıkların denizde yaşadıklarına zira karada nefes alamadıklarına, bizim de karada yaşadığımızı zira denizde nefes alamadığımızı dair genel kabul gören bir mutabakat vardır. Bu yaklaşık, gündelik açıklama giderek artan psikolojik ayrıntılarla bir bir anlatılabilir, istisnai durumlar ve şartlar aydınlatılabilir ancak genel bir yanıt çoğunlukla yeterli olacaktır; yani hayvanın doğasına, varoluşunun doğuştan gelen özellikleri ve şartlarına ve “zira” teriminin samimi bir şekilde kullanımına atıfta bulunmak. Bu halk bilgeliği sözünde –şüphesiz gerektiği kadar doğru ve bilimsel şekilde—kara ve denizin, balık ve insanlardan önce geldiklerinin kabul edilebileceğine ve –yaratılışın aksine— balıklar ve insanlar geldiklerinde kendilerini bekleyen uygun bir yer bulsunlar diye oraya konmuş olabileceklerine dikkat ediniz.

İnsanlar ve balıklarla ilgili bu derste kendimizle ilgili düşüncelerimizin en yaygın ve en temel özünü bulabileceğimizi düşünüyorum: “Doğalar”ımıza atıfta bulunduğumuzda ortaya çıkan bir izahat, varlığımızın şartlarına bir atıf. Bu formülü hem insan kategorileri hem de teker teker bireyler için kullanabileceğimizi unutmayalım. Tıpkı insanın dik yürümesini doğasına atıfla açıklayabildiğimiz gibi bir ampütenin neden

dik yürümediğini de varlığının belirli şartlarına atıfla açıklayabiliriz.

Üyelerinin duyularla algılanabilenlerden yola çıkarak daha büyük, daha uzakta veya gizli bir şeyi düzenli bir şekilde okumadıkları bir toplum hayal etmek pek mümkün değildir elbette. Bu olmadan hayatta kalmak düşünülemez. Buna bağlı olarak, muhtemelen başkalarında olduğu gibi, bizim toplumumuzda da bir nesnenin kendisi hakkında bilgi veren işaretler ürettiğine dair çok derin bir inanış var. Nesnelerin yakın çevrelerini yapılandırdıkları düşünülür; gölge yapar, çevreyi ısıtır, göstergeler yayar, intiba bırakırlar; kısmen kendi resimlerini yansıtırlar ki bu her şeye rağmen gereğince yerleştirilmiş, eğitilmiş ve yönlendirilmiş kim varsa onu bilgilendirerek kasıtsız ve gözetilmeye ihtiyaç duymayan bir portredir. Bu gösterme tahminen bir çeşit şekil verilebilir bir çevrede –gösterge alanında— yapılır ki gösterge aslen bu karışıklıkların içindedir. Burada, kimi zaman “görüntüsel” (iconic) özellikler taşıyan “kişi özellikli doğal göstergeler”den söz ediyoruz. Her hâlükârda, bu tip bir gösterme ne tam anlamıyla fiziksel araçsal bir eylem ne de bu itibarla iletişim olarak görülebilir, bu başka bir şeydir; bir çeşit yan-üretim, bir taşma, nesnenin neredeyse sırrını açığa çıkarırcasına çevreye yayılma hâli. Bu göstergeler, hakkında bilgi sağladıkları nesneden muhtemelen farklı olmalarına veya sırf bir parçasını oluşturmalarına karşın, önemli biçimlenimlerdir ve bunun nihai kaynağının, dışavurumun gerçekleştiği özel alandan bir miktar bağımsız durumdaki nesnesinin kendisi olduğu hissedilir. Dolayısıyla, gösterge üretimini durumsal olarak ifade edilmekle birlikte durumsal olarak belirlenmemiş olarak kabul ederiz.

(Başta insan dâhil olmak üzere) hayvan dediğimiz organizmalar tarafından yayılan “kişi özellikli doğal göstergeler”e

çoğunlukla “dışavurum” adı verilir ancak terimin burada ima ettiği şekliyle imgelemimiz, geleneksel sembolik iletişimin değil hâlâ maddesel bir sürecin müdahil olmasını sağlar. Bu özel “nesnelerin” doğal göstergeler yaymalarının yanı sıra diğer nesnelerin yaydıklarından daha fazlasını yaydıklarına inanma eğilimindeyizdir. Nitekim, duygular en belirgin şekilde görüldükleri çeşitli bedensel organlarla bağlantılı olarak dışavurumun hakiki motorları olarak kabul edilirler. Sonuç olarak insanlar arasında çok geniş bir yelpazedeki özelliklerin ifade edilebilir olduğunu varsayabiliriz: Niyet, duygu, ilişki, bilgi durumu, sağlık, toplumsal sınıf, vb. Nasıl taklit edilecekleri ve bu taklitlerin aslının nasıl anlaşılacağı da dâhil olmak üzere bu göstergelerle ilgili töresel bilgiler ve öğütler, bir nevi halk bilimi oluştururlar. Hepsi birlikte ele alındığında insanlarla ilgili bütün bu inanışlara doğal dışavurum doktrini adı verilebilir.

Genellikle göstergelerin onları üreten nesnede sadece bir anlık veya tesadüfen geçerli olan şey açısından okunabildiklerine inanılmasına karşın —örneğin yükselen sıcaklığın ateşe işaret etmesi gibi— düzenli olarak başka bir tür bilgi arayışına da gireriz; yani nesnenin *kalıcı, kapsamlı ve yapısal olarak temel* olduğu, kısaca vasfı veya “asli doğası”yla ilgili olduğu düşünülen özellikleriyle ilgili bilginin peşine düşeriz. (Aynı tür bilgi nesne sınıflarıyla ilgili olarak da aranır.) Bunu pek çok nedenden dolayı yaparız ve bunu yaparken nesnelerin (ve nesne sınıflarının) ilgimizi çekebilecek belirli bir alakadan bağımsız bir doğaları olduğunu varsayabiliriz. Bu açıdan bakıldığında, “tözel” diyeceğim göstergeler ile varolduklarına ve okunabileceklerine, bireylerin bunları yaydıklarına dair inanış doğal dışavurum doktrininin bir parçasıdır. Yine geçici duygu durumu, özel niyet, vb. gibi niteliklerin bir kısmı bizzat karakteristik olarak görülmese de, bu tip durumlara ve bağlantılara

sahip olunması *eğiliminin* asli görüldüğünü ve içsel durumlarla ilgili belli bir şekilde kanıt sunmasının karakteristik olarak görülebileceğini unutmamak gerekir. Aslına bakılacak olursa, asli nitelik kanıtı olarak değerlendirilemeyecek herhangi bir olumsal dışavurum yok gibidir; yalnızca belirli durumlara belirli bir şekilde tepki vermenin insanların genelinden veya belli bir tip insandan veya belli bir insandan beklenebileceğini görmemiz gerekir. Belirli bir insana özgü olarak görülen herhangi bir özelliğin muhtemelen o kişiyi karakterize etme aracı olarak da kullanılabileceğini kaydedelim. Buradaki sonuçlardan biri de, üyesi olduğu sınıfta yaygın olduğu düşünülen belli bir özelliğin o kişide bulunmamasının benzer bir şekilde işleme eğiliminde olduğudur.

Burada, insanın en kemikleşmiş özelliklerinden birinin, hissedildiği kadarıyla, toplumsal cinsiyet olduğu görüşünü yeniden belirteyim; kadınlık ve erkeklik bir bakıma asli (tözel) dışavurumun ilk örnekleridir —herhangi bir toplumsal durumda geçici olarak iletilebilmekle birlikte aslen bireyin tanımlanmasında dikkat çeken eden bir şeydir.

Ama elbette “insan nesnelerin” kişi özellikli doğal işaretler yaydıkları ve bu dışavurumlardan bir kısmının onları üretenlerin asli doğasıyla ilgili bize bilgi verdiği anlayışı kullanılmaya çalışıldığında işler karmaşıklaşır. “İnsan nesnelerin” kendileri “dışavurum” terimini kullanır ve yine bizzat kendilerine ait olan dışavurumsallık anlayışlarına uyacak şekilde davranırlar; özellikle görüntüsellik bol bol bulunur; bu öyledir zira bunun için vardır. Biz nesnenin salt dışavurumlarını elde etmeyiz, nesne bunları bize ritüelleştirmeler ve semboller yoluyla ileterek lütufkâr bir şekilde davranır. (Ne var ki, o zaman bu kendini sunmanın niyetlenilmemiş dışavurumsal özellikler olduğu da söylenebilir: Zira bir iletinin, iletici olmaksızın iletilmesi ve ile-

tim sürecinin, iletilen ne varsa üzerlerinde kendilerine ait bir iz bırakmadan körleme işlemesi olanaklı görünmemektedir.)

Hemen söylemek gerekir ki bireyin taklit yoluyla elde edilebileceği şey için bir dışavurumu taklit edebileceği de açıktır; bireyin askerlik hizmetine elverişsiz hale gelmek için bacağını kesip atması pek mümkün değildir ama doğrusu ayak parmaklarından birini feda edebilir veya uzuvlarından birine zarar verebilir. Ki bu durumda “nedeniyle” sözcüğü “amacıyla” hâline gelir. Ne var ki, bu gerçekten ikincil bir mesele; daha ciddi zorluklar mevcut. Üçünden bahsedeceğim.

İlkin, mesele, pek de dışavurulan varlığın niteliği veya genel yapısı değil (eğer böyle bir durum varsa), daha ziyade izleyenle ilgili belirli, duruma bağlı özelliklerdir. (Örneğin bazı durumlarda nesne bunlardan biri olur, diğeri değil.) Öz, nitelik, yapı kavramının toplumsal olduğu öne sürülebilir zira nesnenin, merkezî olanlar şeklinde seçilip ayrılacak muhtemelen sayısız özelliği vardır ve dahası çoğunlukla nesneyi diğerlerinden ayırmanın sayısız yolu mevcuttur. Dolayısıyla, iddia edildiği gibi, diğerleri arasından sahibini ayırt etmemizi sağlayan bir nitelik muhtemelen o kişiye ilişkin tanımlamamıza kuvvetli bir şekilde dâhil olacaktır.

İkincisi, dışavurum ekseriyetle içgüdüsel değil toplumsal olarak öğrenilmiş ve toplumsal olarak şekillendirilmiştir; belli bir dışavurumu kullanan toplumsal olarak tanımlanmış bir kategori ve bu dışavurumların ne zaman meydana geleceğini belirleyen yerleşik bir program mevcut gibidir. Üstelik bireyler nihayetinde kendiliğinden ve farkında olmadan oluştuğunu sandıkları, yani hesaplanmamış, taklit edilmemiş, doğal durumlarda dışavurumlara başvurabilecek olsalar da bu böyledir. Ayrıca, bireyler yalnızca kendilerini nasıl ve ne zaman ifade edebileceklerini öğrenmezler zira yanlış bile olsa bunu öğren-

rek doğal dışavurum doktrininin geçerli olduğu “nesne türü” olmayı öğrenirler; bir özelliği olan, bu özelliği dışavuran ve bu karakterolojik dışavurumun gayet doğal olduğu nesneler olmayı öğrenirler. Doğalarımıza ilişkin kendi hipotezlerimizi teyit etmek üzere sosyalleşiriz.

Üçüncüsü, toplumsal durumlar nihayetinde doğal dışavurum olarak kabul ettiklerimize ait elverişli bir alandan daha fazlasıdır; bu konfigürasyonlar sırf tesadüfi olarak değil, doğası gereği toplumsal durumlarda oluşturulabileceklerin bir sonucudur.

Bu nedenle araştırmacı olarak meselemiz, her ne olurlarsa olsunlar hakiki, doğal dışavurumları ortaya çıkarmak olmamalıdır. Doğal dışavurumun nedenini açıklama girişiminde doğal dışavurum doktrinine başvurulmamalıdır zira bu (söylendiği gibi) analizi daha başlamadan sonlandıracaktır. Bu eylemler ve görünümeler, onları sergileyen kişinin doğal dışavurum doktrinine uyumlu bir şekilde muamele görme şartları uyarınca bilfiil hareket etmeye duyduğu ilginin işaretlerini sağlamadıkları sürece, kişi özellikli doğal göstergeler dışında her şey olabilirler. Ayrıca, burada kullanılan anlamıyla, toplumsal cinsiyete ait doğal dışavurumların doğal ve dışavurumsal oldukları ölçüde doğal olarak dışavurdukları şey, bireylerin kendilerinin bir versiyonlarını ve stratejik anlarda ilişkilerini betimleme kapasiteleri ve eğilimleridir —bu da ilişkilerinin talep edilen hakikatine ilişkin jestlerden oluşan resimler ile insan doğalarının talep edilen niteliğini birbirlerine sunacakları geçici bir anlaşmadır. Bu betimlemeleri üretme ve başkalarının üretilenleri yorumlama yetkinliğinin doğamıza asli olduğu söylenebilir ama bu yetkinlik cinsiyetler arasındaki genel ilişkiye ait çok zayıf bir resim ortaya çıkarabilir. Cinsiyetler arasındaki ilişki-

nin nesnel olarak ne olduğu, bir bütün olarak ele alındığında, henüz iyi analiz edilmemiş bambaşka bir meseledir.

O hâlde kadınların ve erkeklerin insan doğasını gerçek-ten oluşturan şey, erkeklik ve kadınlık tasvirlerini sağlamayı ve okumayı öğrenme kapasiteleri ve bu fotoğrafları sunmak için bir programa bağlı olma istekleridir; bu kapasiteye de kadın veya erkek olarak değil insan olmaları sebebiyle sahiptirler. Toplumsal cinsiyet kimliğinin olmadığı dâhi söylenebilir. Yalnızca toplumsal cinsiyetin betimlenmesine yönelik bir program vardır. Cinsiyetler arasında şu ana dek doyurucu şekilde nitelendirilebilecek bir ilişki bulunmamaktadır. Yalnızca cinsiyetler arasında ilişki portresinin davranışsal olarak koreografisini yapmaya yönelik bir uygulamanın kanıtları vardır. Ayrıca bu portrelerin bize en doğrudan şekilde anlattıkları şey, toplumsal cinsiyet veya cinsiyetler arasındaki genel ilişki değil, bu portrenin çizimini betimlemeye has nitelikler ve işleyiştir.

Kadın davranış tarzının, karşılıksız bir betimleme sunma bakımından dışılık “dışavurduğu” söylenebilir. Ne var ki, Durkheim böyle bir dışavurumun siyasi ritüel olduğunu öne sürer ki bu, dişi cinsiyet sınıfına dahil kişilerin toplumsal yapıda sahip oldukları yeri olumlar, bir başka deyişle, onları bu yere yükümlü kılar. Diğer yandan etologlar, dişil dışavurumun, dişi cinsiyet sınıfından bir kişinin, hemen ardından gelecek bir faaliyette almayı (veya kabul etmeyi) önerdiği hizalanmanın bir işareti olduğunu öne sürerler —bu hizalanma da sırf bir tâbiyeti ifade etmez, kısmen oluşturur da. İlki, kişinin toplumsal düzendeki yerini bilmesinin sağladığı istikrar oluşturuca etkiye; ikincisi ise küçük tahsislerin büyük sonuçlarına işaret eder. Bu her iki işleyiş tarzı da doğal dışavurum doktrini sayesinde bizden gizlenir zira bu doktrin bize dışavurumların başka herhangi bir şart aranmadan sırf ortaya çıkmaları do-

ğal olduğu için öyle olduğunu öğretir. Ayrıca, aslında yalnızca planlanmış zamanlarda meydana gelen bir şeyi, iki cinsiyet sınıfındaki insanların ayrımsal doğasının değil, (söz konusu durumda) teşhir geleneklerine uymaya yönelik ortak heveslerinin yansımasını sağlayan bir şeyi bütünün portresi olarak kabul etmeye yöneltiliriz.

Diğer ritüeller gibi toplumsal cinsiyet teşhirleri de toplumsal yapının temel özelliklerini görüntüsel olarak yansıtabilirler ama bu dışavurumlar esas düzenlemeleri aynı şekilde kolayca dengeleyebilir ve telafi edebilirler. O hâlde aslında teşhirler semptomdur, portre değil. Zira, aslında, tesadüfen aynı toplumsal durumda olanların temel şartları ne olursa olsun davranışsal tarzları aksi bir resmi olumlayabilir.

Elbette toplumsal cinsiyetle ilgili görgü kurallarının inceliklerinin -dönüşlerin, durmaların, dolanmaların eşgüdümü ve başlangıçlarla sonların eşzamanlı hâle getirilebilmesi için çözümlenmemiş kalmalarındansa yok olmaları daha iyi gibi görünen küçük kararları kimin vereceği, kimin yol vereceği, kimin öne çıkacağı, kimin takip edeceği, kimin öncülük edeceği gibi- toplumsal durumlarda bulunan çeşitli örgütsel sorunlara çözüm getirdiği açıktır. (Aynı şekilde, cinsiyetler arasındaki geleneksel iş bölümü büyük ölçüde ev işleri dediğimiz belli bazı kişisel hizmetlerin düzenlenmesine yönelik elverişli bir çözüm sunar; benzer bir şekilde –bu çalışmada bolca kullanıldığı üzere— [İngilizcede] “eril o”nun [*he*] “birey” için belirtisiz şahıs zamiri olarak kullanılması gibi cinsiyet yanlı dilsel pratikler, dilin etkililiğinin temelinde yatan, düşünmeden uzlaşmış bir kullanıma zemin hazırlar.) Ne var ki, bu örgütsel sorunlarla başa çıkmak üzere başka bir özellik yerine neden toplumsal cinsiyete başvurulduğu ve toplumsal cinsiyetin bunu gerçekleştirmeye ne kadar uygun olduğu ise henüz yanıtlanmamıştır.

Özetle, toplumsal cinsiyet yaş gruplarıyla yakından bağlantılı olarak, belki de nihai doğamızın ne olması gerektiğine ve bu doğanın nasıl ve nerede sergilenmesi gerektiğine dair sınıf ve diğer toplumsal ayrımlardan daha fazla bir kavrayış ortaya koyar. Üstelik, nasıl başkaları kendi davranışlarının nedenlerini açıklamaya yönelik bağımsız araçlar ediniyorlarsa, biz de eylemlerimizin pek çoğuna dair (özellikle bunlar küçük düşkünlükler ile yoksunlukların tahsisini belirlediği için) iyi, kendi kendine yeten neden kaynağı olarak kullanılacak geniş bir açıklama külliyatı ediniriz. Bakın, bu izahatta hiçbir yapaylık yok. Dışillikle ilgili kalıp yargılarımız göz önüne alındığında, belli bir kadın erkeklerle mekanik, finans, siyaset vb. konularda rekabet etmekten neden kaçınması gerektiğini kendisine açıklamaya kalktığında, ait olduğu cinsiyetin bütününe durumuna sırtını dayamak için engellerin ortadan kaldırıldığını fark edecektir. Tıpkı belli bir erkeğin bu konularda kadınlara üstünlük sağlayamamasının, kendine bu durumlarda başarılı olmak için ısrar etme yetkisi vererek, kişi olarak üzerinde bir yansıması olacağını fark edeceği gibi. (Buna bağlı olarak, cinsiyetine ait genel gerekçeyle dayanarak ev işlerini yapmayı reddedebilir ki burada karısının göstereceği herhangi bir isteksizliği onun kendine özgü karakterinin bir dışavurumu olarak tanımlar.) Bu kalıp yargılar en erken yıllardan beri bireyler tarafından başka bireylere uygulandığı için sağladıkları izahat epey sağlam kökleşmiştir.

Burada toplumsal cinsiyet teşhirine işlevselci bir açıyla yaklaştım ve hatta kişileri cinsiyet-sınıf üyeleri olarak karakterize eden şeyin, uygun bir teşhirler programını sürdürme yetkinlikleri ve istekleri olduğunu öne sürdüm; yalnızca teşhirlerin içeriği sınıfları ayırt eder. Bu görüş, cinsiyetin biyolojik gerçekliğini hafife almış gibi görülebilmesine karşın bu teş-

hirlerin toplumsal yaşamda üstlendikleri rolleri küçümsemediği düşünülmemelidir. Zira bu sahnelemelere olanak sağlanması, kendilerini hafife alacak hiçbir görüşe izin vermeyecek kadar toplumsal örgütlenmelerin içine kök salmıştır. Toplumsal cinsiyet dışavurumları salt bir gösteri olmaları sayesinde varolurlar ancak toplumun kayda değer miktarda bir içeriği sahneye konmalarında rol alır.

Toplumsal değişim taraftarlarının da çok basit bir siyasi ders çıkarmamaları gerek. Cinsiyet ayrımcılığı analizi, dışı cinsiyet sınıfından kişilere karşı yapılan aleni haksız ayrımlarla başlayabilir ancak böylesi bir analiz orada kalamaz. Toplumsal cinsiyete ilişkin kalıp yargılar dört bir yana dağılmakta, kadın hakları savunucularının onayladıkları kadar onaylamadıkları hakkında da hemen aynı şekilde ipuçları barındırmaktadır. Toplumumuzdaki erkeklerin duygudaş bir bağlamda gündelik karşılaşmaları başlatmak veya sonlandırmak için sahip oldukları ana araçlardan biri, hitaplarında nitelik açısından anne-baba gibi ve son derece asimetrik sevgi sözcükleri ve sözel ilgi ifadeleri kullanmaktır. Bunun gibi, müşfik bir ilgi teşhiri için, söylemdeki bağlantıları vurgulayarak ve karşılıklı konuşmaya dair asimetrik ayrıcalığı göstererek kullanılabilecek önemli bir ritüel de genelde erkeğin kadına veya kendinden alt konumda olan başka bir erkeğe yaptığı, karşılık verilemeyen bir jest olan elle dokunmaktır.

Bütün bunlarda yakınlık kesinlikle herhangi bir çare sağlamaz. Toplumumuzdaki bütün sınıflarda en hassas şefkat dışavurumunda bile siyaseten şaibeli teşhirler vardır; kadının erkekçe işgal edilen yerden ayrıştırılması ve bu yere müteakbil olarak bunların kadın tarafından işgal edilmesi. Karşı cinsler arası müşfik jestler; koruyucu ile korunanı, kucaklayıcı ile kucaklananı, teselli eden ile edileni, destekleyen ile destekleneni,

şefkat gösteren ile bunun alıcısını belirler ve erkeğin sarması ile dişinin sarmalanması gayet doğal olarak tanımlanır. Bu durum bize bariz bir gerginlik yaratmadan en nazik, en sevecen anlara hiçbir engelle karşılaşmadan taşınabilen erkek egemenliğinin çok özel bir tür olduğunu anımsatabilir —nitekim bu anlar sözü edilen asimetrilere hemen hiç ayrı düşünülemezler. Diğer dezavantajlı gruplar, dünyadan kendi kaderlerini belirlemenin ve eşitsizliğin giderilmesinin olanaklı olduğu daha evcil bir sahneye dönebilirlerken, diş olan kişilerin muzdarip olduğu dezavantaj buna izin vermez; toplumumuzda kişinin kendi isteğine göre düzenleyebileceği söylenen yerler kadınlar için her şeye karşın tamamen dezavantajlı bir bağlamda düzenlenmiştir.

Nitekim, teşhir imgesi kaynağı olarak çocuk-ebeveyn kompleksine dayanmak yakın rahat pratikleri kaynaklarından çıkarıp dünyanın önüne koymanın bir yoludur ve bu evcilleştirmeyi—sözcüğü nazikleştirmek için elimizdeki tek yol bu gibi görünüyor— kadınların ikincil konuma itilmesi takip eder. Görünen o ki *herhangi* bir sahne, toplumsal cinsiyet farkı için bir fırsat olarak tanımlanabilir, herhangi bir sahnede de bu teşhiri üretecek bir kaynak bulunabilir.

Dışavurum doktrinine gelecek olursak, bu konu halk bilmesine ilişkin analizin yanı sıra mesleki analiz meselesini de tartışmaya açar. Çeşitli dişillik (veya erillik) “dışavurumlarını” bu göstergelerin ardında veya altında yatan biyolojik veya toplumsal-yapısal bir şeylere delalet eden, bir an bu şeylerin içinde görülebilecek bir şey olarak kabul etmek belki de alaylı bir gösterge kuramını kabul etmektir. Çok sayıdaki “toplumsal cinsiyetçiliklerin” yakınsak bir şekilde aynı yöne işaret etmesi bize yalnızca bu göstergelerin toplumsal olarak nasıl işlev gördüğünü anlatıyor olabilir, yani toplumsal cinsiyetin altın-

da yatan bir hakikat olduğu inancını desteklemeyi. Hiçbir şey bu imgeleri kazıp arkalarındakileri ararsak orada herhangi bir şey bulmayı ummamızı emretmez –elbette bu beklentiye sahip olma teşviği dışında.

KAYNAKÇA

Conners, Kathleen

1971 "Studies in Feminine Agentives in Selected European Languages". *Romance Philology* 24 (4): 573-598.

Fishman, Pamela

1975 "Interaction: The Work Women Do". Paper presented at the American Sociological Association Meetings, San Francisco, August 25-30.

Huxley, Julian

1966 "A Discussion on Ritualization of Behaviour in Animals and Man". *Philosophical Transactions of the Royal Society of London*, Series B, No. 772, Vol. 251:247-526.

Rubinstein, Jonathan

1973 *City Police*. New York: Farrar, Straus and Giroux.

West, Candace, ve Don H. Zimmerman

1975 "Women's Place in Conversation: Reflections of Adult-Child Interaction". Paper presented at the American Sociological Association Meetings, San Francisco, August 25-30.

Zimmerman, Don H., ve Candace West

1975 "Sex Role, Interruptions and Silences in Conversation". In *Language and Sex: Differences and Dominance*. Barrie Thorne and Nancy Henley, eds. Ss. 205-129. Rowley, MA: Newbury House.

1977 "Doing Gender". Paper presented at the American Sociological Association Meetings, Chicago.

FOTOĞRAF ÇERÇEVELERİ¹

Fotoğraflar –hareketsiz fotoğraf anlamında— özel ve kamusal olarak iki sınıfa ayrılabilir.

Özel fotoğraflar, üzerlerinde görülen kişilerin yakın sosyal çevreleri içinde teşhir edilmek üzere tasarlanmış olanlardır — ister aile içinde ister organizasyonla yapılmış olsun; önemli günleri, ilişkileri, başarıları ve dönüm noktalarını anmak için (profesyonel bir fotoğrafçı tarafından ya da ona başvurmadan) çekilen fotoğraflardır.

Ailevi ritüel yaşamımızın bir parçası olan özel fotoğrafların kendilerine has özellikleri dikkate alınmaya değerdir, bunu yapmanın en iyi şekli de belki ritüelle başlayıp fotoğraflara odaklanmaktır.

Ritüel ve törensel betimleme, başka türlü toplumsal yaşamda gömülü ve örtük kalanları duyularla elle tutulabilir hâle getirmeyi içerir. Geleneksel argüman, bu sahnelemelerin temel toplumsal düzenlemeler ile insan ve doğa hakkındaki nihai inançları yeniden olumlamak üzere işlev gördüğü yönündedir.

Ritüel ve törensel olan, çeşitli icralar ya da “sosyal olay ve etkinlikler” yoluyla —arz-ı endamla, başkaları karşısında mikroekolojik konumlar almakla, bedensel hareketlerle— yapılır

¹ Sol Worth'ün sert eleştirileri ile çok sayıda faydalı önerisinden ve genel anlamda Goodman'dan (1968) faydalandım.

ve söz konusu icraların doğasında, ivedilikle olmasa dâhi kısa bir sürede tamamlanır veya bitirilir. (Süre, yüze bir gülümseme yerleştirmek için geçen mikro-saniyeden en katı kurallı şenlikler için gerekli olan altı haftaya kadar değişebilir.) Bu itibarla, bu eylemler (her ne kadar çok az da olsa) toplumsal yapının kendisini hissetmemizi sağlamaya yardımcı olan bir başka araç kategorisinden de ayrılır: hatıralık eşyalar, andaçlar, hediyeler, yadigârlar ve diğer kalıntılar. Çoğunlukla kutladıkları şeyin doğrudan bir parçası olan bu nesneler, kutlanan toplumsal düzenlemeleri betimlemede aynı sıklıkta yetersiz kalırlar.

Şimdi görsel sanatları düşünün. Çizimlerin, tabloların, heykelin ve özellikle fotoğrafların bir özelliği de bu eserlerin, ritüel ile kalıntının birleşmesine olanak sağlamalarıdır. Hareketsiz nesne fotoğrafçılığı, törenin duyulara geçici olarak sağladığı, yapısal açıdan önemli toplumsal düzenlemeler ile nihai inançların yorumlanmasını, zamansal dizilimi ve sabit görsel tanzimler dışında her şeyi çıkararak daha da yoğunlaştırabilir. Üstelik yakalanan şey her yerde, sınırsız bir süreyle ve kişinin kendi seçtiği zamanlarda görülebilecek bir şeye dönüşerek ebedi bir erişilebilirliğe sabitlenir.

Dolayısıyla, modern zamanlarda ne zaman bir düğün, göreve atanma, doğum günü partisi, mezuniyet töreni, başlanan veya sona eren uzun bir yolculuk, piknik, dükkân açılışı, tatil, hatta ziyaret olsa derhal şipşak resimler çekilir, banyo edilir ve baskılar kolaylıkla teslim edilebilecek şekilde saklanır.² Bu

2 Yakın geçmişte Avrupa'da yaşanan savaşlarda her rütbeden askeri personel, merasim üniformaları içinde portre fotoğrafı çekirme furasına kapılmış gibi görünüyor —ulus ve ittifak tanımayan bir ritüele yönelim ortaklığı. Neden? Belki de sonuncusu olacak hatırlatıcı bir imge sağlamak için mi? (Ama o zaman neden sivil kıyafetlerle değil?) Yeni edinilmiş ve bu yüzden sağlam olmayan toplumsal bir kimliği desteklemek için mi? Kişinin mevcut askeri rütbesine —artık o neyse— terfi etmesini kutlamak için mi? Yoksa kişinin hayattaki konumunu (kişinin kendisini bir anda

yolla kendine tapmaya benzer bir şey elde edilebilir. Birey kendisini bir anda –kendisine göre— toplumsal açıdan cazip olan diğerleriyle bağlantılı olarak ideal bir çevredeken, kendisini cazip kılan bir hâle bürünmüş (ki bu beyaz yakalı erkekler için balıkçıların, avcılarının, sığır çobanlarının veya makine operatörlerinin sert ve erkeksi kıyafetlerini giymek anlamına gelebilir), gelecek vadeden bir başlangıca hazır, önemli bir yükümlülüğü sona erdirirken, yüzünde toplumsal olarak sevinçten havalara uçmuş bir ifade varken yakalayabilir. Onunla ilgili görünür olanın, onun gurur duyduğu toplumsal meselelere tanıklık ettiği bir an. Kısaca, toplumsal olarak serpildiği ve bu nedenle görüntüsünü, kendisinin tipleştirilmesi olarak kabul etmeye hazır olduğu bir an.³ Bu anı dondurarak cansızlaştırabilir ve evinin, iş yerinin, dükkânının duvarlarına; malzeme dolabının, cüzdanının üzerine asabilir. Bu an, yakın geçmişteki ve dolaylı olarak da o anda olması gereken en iyi toplumsal benliğinin bir tasdiknamesi, kanıtı, tasviri olarak defalarca (o sahneyi artık yaşayamayacağı kadar uzun zaman geçtikten sonra) dönebileceği bir referans noktasıdır. Şeytanla yapılan mütevazı bir antlaşma: Birey zamanın yıkıcı etkilerini övünç dolu görüntülerinden mevcut olanlara kaydırabilir. Buradaki tek bedel, fotoğrafın mekânına içkin bir ihtimal olarak, kafa karıştırıcı şekilde ortaya çıkmış bir pozun yeniden tab edilmesinde ya da çerçevenmesinde bu eski sahnelerle yönelik olarak hafif kusurlu bir müdahale olabilir.

muntazaman tanımlanabilecek bir durumda bulunduğu bir zamanda) bütün izleyicilere muntazaman tanımlayan bir üniforma giymek, inşa edilmiş bir portreyi bir anlığına normal rolünde tesis eden bir portre midir?

- 3 Amatör filmlerin içeriğiyle ilgili benzer bir argüman Chalfen'da (1975:95-97) bulunabilir.

I*Kamusal* fotoğraflar daha geniş bir izleyici kitlesi yakalamak üzere tasarlanmış olanlardır —örneğin aynı ilgi ve cazibe alanına sahip olmalarına karşın aralarında toplumsal ilişki ve etkileşim bulunmayan anonim birey kümesi. Burada fotoğraf baskısı genellikle nihai form değil; sadece gazetelerde, dergilerde, kitaplarda, kitapçıklarda veya posterlerde bir çeşit foto-mekanik yeniden üretim için atılan ilk adımdır.

Kamusal fotoğrafların kendileri de işlev ve nitelik bakımından çok çeşitlidir. Örneğin, ticari fotoğraflar reklamcı için bir ürünün satılması için tasarlanmıştır.

Herhangi bir bilimsel, toplumsal veya siyasi meselelerle ilgili olduğu düşünülen konuları içeren haber fotoğrafları vardır.

İçlerindeki figürler anonim kalmak üzere, (görünüşe göre) yalnızca insanın maruz kalabileceği hastalıkların örnekleri olarak iş gören, misal, tıp ders kitaplarındakiler gibi eğitsel fotoğraflar vardır. (Aslında sözlüklerdeki el çizimleri de dahil olmak üzere pek çok illüstrasyon da tipleştirmedir; ortalamayla, asli olanla, ideal olanla ilgili yerleşik fikirlere üzerinde tam bir uzlaşma olmamış yanıtlar veren değişken bir karışımdır.)

Günlük yaşam içinde insanları konu alan, anonim, çoğunlukla samimi fotoğraflar da vardır ki bunlarda, olağan şartlarda dikkat çekmeyecek bireyler; korku, şaşkınlık, hayret, sevgi, utangaçlık gibi bir tepkinin veya neşe, umutsuzluk, masumiyet gibi bir içsel durumun veya bizi görececek kimse olmadığını düşündüğümüz zamanlarda nasıl görüldüğümüz ve ne yaptığımızın koreografisini etkili bir şekilde (ve tahminen kasıtsızca) gerçekleştirerek dışavurum doktrinimizi teyit ederler. Bunlara, iyi yerleştirilmiş bir fotoğraf makinesinin, bir çeşit “estetik” tasarıma veya anımsatıcı bir doğa portresine dönüştürebileceği sahneler de eklenmelidir. Bütün bu fotoğraflanmış sahnelerin

başlı başına bir amaç içermesi, zamandan bağımsız ve sanatkârane görülmesi beklenebilir. (Görülecektir ki bu alanda özel ve kamusal arasındaki sınır bulanıklaşabilir.⁴ Kitlesele hobi eğilimi, konuya meraklı sayısız kişiyi, ciddi bir fotoğrafçılık ekipmanına yatırım yapmaya, profesyonel teknikleri öğrenmeye veya bir galeride sergilenmek üzere aile dışı fotoğraflar çekmeye yöneltilir. Bu yatırımların sonuçlarını muhtemelen yalnızca eş, dost ve akrabalar görecektir olsa da, bunu anonim birer birey olmanın verdiği güçle yaparlar. Üstelik amatöre daha geniş bir sahne verilmesi halinde bu durum muhtemelen onaylama olarak anlaşılacak, mahremiyetin ihlali olarak görülüp uzak durulmayacaktır.)

Son olarak; siyaset⁵, din, askeriye, spor, tiyatro, edebiyat dünyasından⁶ veya –sınıf elitizminin hâlen işlevsel olduğu hatırlatılırcasına— toplum hayatında önde gelen bir kişinin görkemli bir portresini kamuya sunmak üzere tasarlanmış kişisel tanıtım fotoğrafları vardır.

Burada söz konusu olan, topluma merkezî olarak sunulabilecek bir yapı veya hiyerarşinin gerçek veya varsayımsal

4 Bu ve diğer önerileri için Dorothea Hurvich'e müteşekkirim.

5 Roland Barthes'ın "Photography and Electoral Appeal" (1972:91-93) çalışması siyasi portrelere dair yetkin bir tartışmadır.

6 Kitaplarının arka kapaklarında fotoğrafları bulunan erkek romancılar için bu durum (bugün için) haşin, açık gömlekler, dağınık saçlar, dinç, erkeksi bir görünüm ile çoğunlukla düşüncelere dalmış bakışlar anlamına gelir. Erkek şairler ise çok daha fazla duygulu görünme ihtiyacı duyabilirler. Kurmaca dışı eserler veren yazarlar da ürünlerini pazarlamanın bir parçası olarak kendi fotoğraflarını sunarlar ancak verdikleri poz, insani olanı böylece doğrudan ele almanın ruhsal bedelinden ziyade istikrarlı bir düşünce ilerleyişi hissini verir. İlginçtir ki reklamcılıkla ilgili amansız eleştiriler yayımlayanlar bile kitabın niteliklerinin yazarın görünüşünün niteliklerinde görüleceğini teyit etmek üzere hesaplanmış bir pozla, fotoğraflarının kitapta görünmesine izin verecek nedenler bulurlar ve böylece kitapları ve kendilerinin tanıtımını yapmak bir yana, ortak kanının dışavurum teorisini de onaylamış olurlar.

öncülüğü ve sembolizasyonudur. Tanıtım işlevinin hemen her fotoğraf türüne sızarak, en kişisel olanın bile çok daha ötesine gittiğine dikkat ediniz. Ticari fotoğraflar çoğunlukla her ikisini de pazarlayarak bir ürünü bir ünlüye bağlarlar. Önemli kamusal törenlerde çekilen fotoğraf kayıtları, görevlerini yerine getirenlere muhakkak bir kişisel tanıtım sağlar. Haber değeri taşıyan olaylar büyük sıklıkla siyasî liderlerin sözleri ve mevcudiyetleri yoluyla sunulur; ilkinin metnine ikincinin fotoğrafı eşlik eder. Günlük yaşam içinde insanları konu alan çekimler ise ünlü öznelerin bulunması halinde daha fazla ilgi çekerler. Ünlü bir kişinin özel hayat ritüelleri bile, onun hayatında olumlanan ne varsa herkesin hayatında da olumlama aracı olarak tanıtılabilir, ki böylece hangi alanda olursa olsun, bu kişi özel törenlerin kamusal icracısı olmaya yönelecek ve böyle durumlarda fotoğraf vermek için fazladan bir nedeni olacaktır—hayran dergilerinde zirveye ulaşan, özel ile kamusalın birbiri içine girme hali. Toplumsal elitizmin sınırlı durumunda ise, yalnızca belli bir sosyal faaliyete katılımın veya sırf belli bir yere gitmenin bile haber değeri taşıdığı düşünülebilir zira bu icracılar toplumsal katılımı rutinden ritüele dönüştürecek güce sahiptirler. Bu türden her icranın “kutsallık” içeren bir tarafı olduğu ve hiyerarşik potansiyelini gerçekleştiren şartlarda yapılabileceği unutulmamalıdır. Burada İngiliz Kraliyet Ailesi’nin, kişisel sunum ve tanıtıma yönelik seri imalatın usulünü belirleme konusunda medeni dünyaya liderlik eden modern yaratıcı güç olduğunu ekleyeyim.

Ünlüler kendi özel hayatlarını kamusal alanla bağlantılandırmanın yanı sıra özel kişilerin hayatlarını da burayla bağlantılandırabilirler. Zira kamuoyunda pek çok kişi açısından değerli ve merak uyandırıcı bir şey temsil eden, bölgesel veya ulusal düzeyde ünlü kişilerin sahip oldukları güçlerden biri, viral bir şekilde dikkat çekici olabilme kapasitesi gibi görün-

mektedir. Siyasetçiler, spor yıldızları, eğlence işindekiler ve diğer önde gelenler bunun içinde sayılabilirler. İsa, Lenin ve İngiliz Kraliyet Ailesi'nin fotoğraflarının aksine sıradan ünlülerin fotoğrafları baş köşeye konmayı gerektirecek yeterli ritüel etkiye daima sahip olmayabilir; ancak yine de, ünlüler ideal özelliklerine değinen, bir tür fotoğrafla onaylanan ve yüceltme sağlayan bir hatıra imal etmek üzere kendi seyircilerinden birinin eşliğinde fotoğraf çektirmeye ihtiyaç duyarlar. Kişisel imzanın, birlikte çekilen fotoğrafın zayıf bir ikamesi olarak iş görebileceğine dikkat ediniz.⁷ (O hâlde, ünlüler onaylanmaları karşılığında kira ödemeksizin küçük bir reklam panosu edinmiş olurlar.) Dolayısıyla bu ganimetler; barlarda, lokantalarda, kuru temizlemecilerde ve iş yerlerinde aile fotoğraflarıyla çekişirler ki bu ikincisi de işletme sahibinin kendi mülküne (ve kendi mekânının uyandırdığı saygınlığa) delalet ettiği için ganimettir; burada söz konusu mülkün de ideal şartlar altında fotoğrafı çekilmiştir.

Dikkat ediniz, fotoğraflı betimleme bütün bunlardan ziyade önemli bir toplumsal keşfi temsil eder zira domestik ritüellerde oynadığı rolün dışında, insanları özel yaşamlarından kamuoyunda tanınmaya geçmekten hem koruyan hem de bunu kısıtlayan engel üzerinde az çok dayanıklı bir tahkimat yapar.

III Fotoğrafları —özel ve kamusal olarak— değerlendirmek görünüşe göre algı ve hakikat meselesini de dikkate almayı ve fotoğraflarla ilgili gündelik konuşmalarımızı tanımlayan sistematik belirsizlikleri de bir şekilde kontrol etmemizi gerektiriyor.

⁷ Amerikan Başkanlarının, seçim öncesinde imzalı fotoğraflarını, seçim sonrasında ise imzasız asılabilir olarak nitelendirilenleri dağıtma ayrıcalığı vardır. (Sahip oldukları pek az ayrıcalıktan biri de budur.)

(1) Görsel malzemeler; ana örnekleri çizim, resim, fotoğraf ve elbette tüm bunların röprodüksiyonları olmak üzere sabit bir forma işlenmiş iki boyutlu imgeler sınıfını oluşturur. “Gerçek” veya “hakiki” bir fotoğraf, bir tarafında başka bir şekilde değil de fotoğraflık olarak işlenmiş bir imgeyle birlikte işaretler ve gölgelendirmeler olan sert kâğıttan oluşur. (Kimileri görünen yüzeyin fotoğraf makinesinin odaklandığı sahne içindeki ilişkilerin bazılarıyla ilgili perspektif bakımından bir dönüşüm barındırdığını söyleyebilse de fotoğrafın, resmettiği nesneleri bünyesinde barındırmadığı açıktır —Sol Worth’ün de dikkat çektiği gibi, ateş fotoğrafı sıcak değildir.) Bu tanıma göre, “rötuşlanmış,” fotoğraf altı yazısı hatalı, hatta üzerinde oynama yapılmış bir fotoğrafın bile hâlen gerçek bir fotoğraf olduğu sonucu çıkıyor. Bir fotoğrafın gerçekliğinin yalnızca, diyelim ki, fotoğrafın buruşmasını, kirlenmesini veya yırtılmasını önleme veya kâğıt cinsinin dokusunun derinlik algısında yarattığı etkiyi kontrol etme veyahut da fotoğraf gibi görünenin aslında zekice gizlenmiş gerçekçi bir resim olduğunu fark etme endişesi taşınan zamanlarda anlamı olacaktır. (Bambaşka bir şey olup gerçekten fotoğraf olmayan şey meselesi, sırf bir fotoğraf olup gerçekten bambaşka bir şey olmayanıkinden biraz farklı ve kesinlikle daha az önemli bir meseledir. Zira —yanıltma niyeti taşısın taşımazın—fotoğraf sayesinde çoğaltılabilecek kâğıt para, sulu boya resimler ve kardiogramlar gibi pek çok düz, kâğıda benzer şeyler vardır; nitekim deneysel kontrollerle pencereye yapıştırılmış bir fotoğraf üç boyutlu gerçek bir sahne sanılabilir.⁸⁾

8 Gravür, ahşap baskı, çizim, resim, fotoğraf gibi çeşitli temsil biçimlerini karşılaştıran ve kitaplarında aralarındaki farkları açıklamak için illüstrasyonlar kullanan sanat tarihçileri, kendi çalışma alanlarının temelini, tipo grafikleri ya da kendine has sınırlayıcı nitelikleri olmayan bir şey gibi görme eğilimindedirler ve bunu yaparken de kişinin kendisinin çalıştığı mecrayı sınırsız ve özelliksiz olarak değerlendirmeye yönelik sıradan çerçeveleme pratiğini takip ederler.

“Gerçek” fotoğrafın ne olduğunu ele almak, “aynı” fotoğrafın ne olduğunu ele almaya, dolayısıyla da örnek-örnekçe meselesinin bir versiyonuna götürür bizi. İki oldukça farklı olanağa değinirken “aynı” veya “özdeş” fotoğraftan söz ederiz: Birbirinin tıpkısı negatiften alınan iki benzer baskı ile birbirinin tıpkısı iki baskıyla rastlaşma durumu. Bu belli karmaşanın sorun yarattığını sanmıyorum; yine de, madeni paralardaki durumdan farklı olarak, ne zaman konuyu açıkça aktarma ihtiyacı duysak terminoloji burada bize yardımcı olmaya hazırdır.

Gündelik kullanımın ve terminolojinin gerçekten muğlaklaştırdığı önemli sorunun, fotoğrafın ne olduğu veya aynı fotoğraf olarak neyin kabul edileceği değil, tesadüfen bir fotoğrafla baskıdan çıkmış röprodüksiyonuna aynı muamelenin yapılmasını sağlayanın ne olduğu meselesine *dair* olduğunu düşünüyorum.

Büyük, üç boyutlu sahnelerin küçük, düz kopyalarını deşifre etmeyi, gerçek nesnelerin görsel imgelerini yorumlamayı öğrendiğimize az çok benzer bir şekilde öğreniriz. (Fotoğraf –örneğin, geniş açılı bozucu bir lensle çekilmiş olanlar hariç—neredeyse kusursuz bir geometrik perspektife sahip olduğu için, retinanın normal taramasını yapması engellenmesi hâlinde bir gözün retinasına yansıtılan imgeye çok benzer; ama bizzat retinal imgeler de fotoğrafçılığın kullanamadığı, kısmen stereoskopik ve paralaks hareketlerden gelen ilave derinlik ipuçlarına bağlı sabitlik kontrolü ile sistematik olarak değiştirilirler.)⁹ Buradaki mesele, gözlerimizi ve fotoğraflarımızı

9 Burayla yakından bağlantılı bir konu şudur. Kalıcılık meselesi dışında, bir fotoğraf makinesi, gözün aynı süre içinde yakalayabileceğinden çok daha fazla ayrıntı, gölgeleme ve genişlik içeren şipşak bir fotoğraf çekebilir zira göz, görünüşe göre, farklı noktalara odaklanmakla sınırlıdır ve beyin bunları daha sonra gereğince düzenleyip birleştirir. Ne var ki, (bir kez banyo edilip basıldıktan sonra) fotoğraf makinesinden çıkan fotoğrafların nihai bir işe yarayabilmesi için bir gözün onları görmesi gerekir ve o *görme*,

kullanmayı öğrenmek zorunda olmamız veya bu öğrenmenin tüm duyuşal yaklaşımlarla birlikte dünyayla olan geçmiş deneyimimize derinden ve yanıltıcı bir şekilde dayanıyor olması değil; canlı sahnelerin, sahne fotoğraflarına bakılma şeklini etkili biçimde belirleyerek, bunun kendisinin (toplumumuzda) *gerçekten* öğrenildiği meselesidir. Ayrıca canlı sahnelerle ve sahnelerin fotoğraflarıyla ilgili olarak edindiğimiz bu deşifre yetkinliğinin, bizi herhangi bir algısal ayrıntı dizisinden ziyade, geleneksel olarak önemli ayrımları yapmamızı sağlayan şeylere karşı hassaslaştırdığına dikkat ediniz; zira deneyim biriktirme zahmetine girmiş olacağımız şeyler genelde toplumu ilgilendiren meselelerle ilgilidir.¹⁰ O hâlde canlı bir görüntünün yorumlanmasıyla onun fotoğrafının yorumlanması arasındaki temel fark, belki de canlı izlemenin, normalde görülenin şu anda görüldüğü gibi olduğuna ikna etmesi, fotoğrafın ise en iyi ihtimalle bir zamanlar öyle olduğu teminatını vermesidir.

Özetle, retina ile fotoğraf kâğıdı üzerindeki asıl imge bir nebze farklı bir mesele olmasına karşın, edinilmiş yorumlama yetkinliğinin bir sonucu olarak şeylerin (ya da daha ziyade şeylerin özelliklerinin) *gerçekte* görülmüş gibi göründükleri ve resmedilmiş gibi göründükleri söylenebilir. Ayrıca, fotoğra-

makineye oranla gözün bütün sınırlılıklarından ve dahası gerçek şey değil de fotoğrafla başlamak zorunda olmanın sınırlılığından mustarip olacaktır.

10 Füze alanlarının, temel parçacık yollarının, küçük meteorların fotoğrafları gibi bazı fotoğrafları yorumlayabilmek için gerekli olan deneyimin çerçevesi, sıradan bir kişinin dikkati çekildiğinde ne gördüğünü bile anlayamayabileceği denli kısıtlı olabilir. Ne var ki, geçerli algı -W. I. Thomas'a rağmen- oylama meselesi değil yetkinlik meselesidir. Ayrıca bu, izleyicilerin kendilerine "verilen" "basit" fiziksel imgelerin ötesini az çok okuyabildikleri anlamına gelmez, zira "nesnel," "harfi harfine" tanımın kendisi de elbette yorumsaldır ve bunun öğrenilmesi gerekir —ki bu da öğrenme hâlinin ne kadar yaygın olduğundan tümüyle bağımsızdır. Çıplak hakikatler yoktur, yalnızca farklı çıkarımsal detaylandırma çeşitleri vardır ancak bu da, yaygın olan ve olmayan çıkarımların ille de gelişigüzel oldukları anlamına gelmez.

fın bize gerçekte, daha doğrusu bariz olanın toplumsal açıdan önemli yönlerinin “bilfiil resmini” — nesnel, gerçeğe uygun bir versiyonunu— sağlayabileceği söylenebilmelidir.

Ne var ki, algı psikolojisinden çıkarılan bu sonuçlar, fotoğrafların aslında neyi temsil ettiği hakkında araştırmacıların neden bu kadar çok şüpheyne ve meraka kapıldığını açıklayamaz. Fotoğrafların gerçek, hakiki, geçerli, samimi, gerçekçi, anlamlı veya aksi yönde, taklit, sahte, tasarlanmış, aslına uygun olmayan, oynanmış, alaycı olduklarının söylendiği çeşitli duyulara ilişkin kuramsal çerçeve meselesi hâlâ tartışmaya açıktır ve burada psikolojik değil toplumsal yanıtlar aranmalıdır. Sıradan insanların fotoğrafın anlamının yeterince net olduğuna yönelik basit algısı, anlamın anlamlarına kafa yormaktan kaçınmaya dair basit bir eğilimden kaynaklanır.

(2) Bir ressamın, diyelim ki, artık olmayan, hatta hiç varolmamış bir kişinin imgesini işleyerek belleği ve hayal gücüyle bir çizim veya resim yapabileceği açıktır. Buradan çıkan sonucun bir öznenin (veya “figürün”) resmi olduğu söylenebilir ve bu “-nin” ile öznenin şimdi veya geçmişte gerçek olduğu ima edilmiş olmaz. Özneler bizzat varlığın insani alanlarına ait olmakla birlikte her zaman mevcut, gerçek dünyaya ait olmazlar. Öznenin bina, manzara, tuzağa düşmüş erkek geyik veya Delaware geçişi olabileceğini, buradaki ana mesele itibarıyla da aynı zamanda insan olabileceğini de unutmayınız. (Fransızca bu bakımdan İngilizceden daha net: *Personnage* [karakter] sözcüğüne yapılan özel bir atıfla kurgusal alanın bir üyesine işaret edilirken, *personne* [kişi] terimi bizim alanımızın bir üyesine işaret etmek üzere ayrılmış.)

Ressam açısından mevcut olmayan bir şey onun çalışmasının konusunu oluşturduğu durumlarda, ressam, elle tutulabilir olup tuval işleme aşamaları sırasında kendisine kılavuzluk

yapabilecek bu dünyanın şeylerinden ikame bir öge kullanarak yorumlama faaliyetini sabitleyebilir. Dolayısıyla orada kanlı canlı bulunan bir kişiyi tarihî bir figür için, doğal uzantıları olan gerçek bir hayvanı, doğal olmayan uzantıları olan söylen-sel bir hayvan için kullanabilir. Özellikle bir insan veya hayvan söz konusuysa, materyal kılavuza genellikle model adı verilir ki bu terime (kafa karıştıracak denli) başka anlamlar yüklenilecek olmasına karşın burada da aynı şekilde kullanılacaktır (Goffman 1974, özellikle 41). Bu arada, karakter veya kahramanın dramatize edilmekte olanın hayal ürünü alanına, rol alan ve karakterini sahneye taşıyan oyuncunun ise başka bir alana, yani gündelik gerçekliğe ait olduğu net bir şekilde anlaşılan tiyatrodaki koşut ayrıma da dikkat ediniz. Nitekim, tiyatrodan gelen “aksesuar” terimi, deyim yerindeyse, kendi başına herhangi bir işlevi olmayan bazı yapıntıların tanımlayıcı isimlerini (ucuzlukları ve manevra kabiliyetlerinin yanı sıra) gerçek dünyadaki belli bazı nesnelere olan ham benzerliklerinden alarak oyunlarda sanki bu nesnelermiş gibi kullanıldıklarını anımsatır ki dramaturjide üstlendikleri bu rolden başka rolleri yoktur.

Eğer bir ressamın yorumunda kendisine yardımcı olmak üzere maddesel bir nesne (model, aksesuar veya başka herhangi bir şey) kullanabileceği kabul edilirse ve eğer bu kılavuzluk işlevi kişinin bu tip nesnelerle ilgili kavrayışının merkezi olarak alınırsa, o zaman ressamın yalnızca kılavuz olarak değil, bunun yanı sıra özne olarak da kullandığı nesneleri de kapsayacak şekilde bu kategori genişletilebilir. Sonuç olarak, bir portre için poz vermek, özne ve onun modeli olarak işlev görmektir ve bu şekilde bir dublörün de gerçek olduğu söylenmek zorunda kalınabilir.¹¹

11 Mesele burada biraz karışabilir. Bir film oyuncusuna karakterini canlandırırken bizzat kendisi yorucu veya tehlikeli bir sahneyle uğraşmak zorunda

Fotoğraf; çizim, resim veya kurgusal edebiyatta gerekenin aksine tiyatrodakine benzer bir şekilde maddesel kılavuzlar —konumuz çerçevesinde ise “modeller”— *gerektirir*. Orada gerçek dünyadaki bir şeyin üzerindeki ışık ve gölge oyunları şarttır, üstelik bunlar fotoğrafın çekildiği anda şarttır.

Tıpkı bir fotoğrafın, öznesinin fotoğrafı olduğu söylenebileceği gibi —ki bu bizim için ilk iyelik anlamına işaret eder— *modelinin* fotoğrafı olduğunun da söylenebileceğine dikkat ediniz —bu da bizim açımızdan ikinci iyelik anlamıdır. Burada iki yerine tek sözcük (özne ve model yerine yalnızca özne sözcüğünü) kullanmanın rahatlığı bence çözümleme bakımından tam bir felaket yaratıyor zira örneğin dinî içerikli resimler veya bir tiyatro sahnesi, özne ile model (veya karakter ile oyuncu) arasındaki ayırmda herhangi bir sorun yaratmamasına karşın fotoğraf, —bazen özne ile modeli birleştirerek, bazen aralarındaki farkı gizleyerek, bazen farkı hafife alarak, genelde de aslen başka bir sorunla ilgilenirken bir diğer sorunla ilgilendiğimizi düşünmemize neden olarak— meseleyi bazı açılardan son derece karmaşılaştırıyor.

kalmasın diye dublör verilebilir. Net (ve basitçe): Modele karşılık model. Örtük yaşam öyküsüyle uğraşma niyeti olmayan romancılar ise bazen kurgusal bir karakteri kendi sosyal çevrelerindeki gerçek bir kişi üzerine kurarlar; burada özne ile model arasındaki fark oldukça nettir ki kopyanın bulanıklaştırılarak modelin kimliğinin gizlenmesi şartı vardır. Öte yandan, yaşam öyküsü, özne ile modelin aynı olmasını sağlar ve şart koşar. Bu durumda, yaşam öyküsüne dayalı oyunlarda sahnedeki karakter hem rolü üstlenen oyuncunun hem de karaktere ilham veren kişinin şekil değiştirmiş yansıması olur. Bu, Batı'nın ünlü silahşörlerinin emekliye ayrıldıklarında kendilerini canlandırdıkları “turnelere çıktıklarında” olduğu gibi, bir karakterin ilham kaynağının aynı zamanda rolü oynayan oyuncu olarak da işlev gördüğü prodüksiyonlarda yaşanan nahoş (veya üzücü) bir deneyimdir ama illa kafa karıştırıcı olması gerekmez. Karmaşık olan, kopyalamanın benzerlik içerdiği inancının yanı sıra (rastlantısal benzerliğe ilişkin uyarılarda beyan edildiği üzere) özne ile model arasındaki bağlantının resmen inkâr edilip modelin kimliğinin tahmin edilmesinin teşvik edildiği (veya en azından teşvik edildiğinin düşünüldüğü) *roman à clef* türüdür.

IV(1) “Yakalanmış” veya “gizli çekilen” bir fotoğraf, model olarak iş görmek, yani bu durumda fotoğrafa hizmet etmek üzere sıralanmamış modelleri gösteren bir fotoğraf olarak tanımlanabilir. Bu tip fotoğraflar, nesneleri ve olayları fotoğrafçılık dışında başka meselelerle ilgili olarak oldukları gibi gösterirler. İnsan modeller için bu durum, genellikle fotoğraf makinesinin nerede olduğunun farkında olmadıkları veya fotoğraflarının çekilmekte olduğuna ya önem vermedikleri ya da fotoğraf makinesinin aniden ortaya çıkmasına tepki olarak yapmakta oldukları şeyi yalnızca dikkatin ayrık olarak kayması için gerekli olduğu kadarıyla değiştirecek kadar başka hayati meselelere dalıp gitmiş oldukları anlamına gelir.¹² (Fotoğrafik etki uyandırılması için bütün modellerin görüntüsü manipüle edilmese bile belli bir açıdan çekim yapılabilir; bunu da yalnızca kendi hesabına insan modeller yapabilir.) Yakalanmış fotoğraflar, canlı sahneyi izleyen gerçek bir kişinin izleme anında neler olduğu çıkarsamasını yaptığı kadar olmasa da, izleyicinin temsil edilen faaliyete neyin yol açtığına ve aynı şekilde sahneyi neyin takip edebileceğine ilişkin görece güvenilir çıkarımlar yapmasına imkân vererek geçerli belge veya kayıt sağlayabilirler. Yakalanmış fotoğraflar işte bu şekilde bir duru-

12 Aslında mesele biraz daha karmaşıktır. Fotoğrafçılar yakalayabilecekleri sayısız sahneden sadece az sayıda sahne yakalamayı başarırlar ve bunların da fotoğrafların yalnızca yakalanmış olabileceğini ortaya net bir şekilde koyan içeriğe sahip olanları olma eğilimi vardır. Dolayısıyla, yakalanmış bir fotoğraf nihayetinde açıkça yakalanmış olandır. Ayrıca “yakalanmış” teriminin, fotoğraf makinesinin yöneltilmesinin muhtemel olmadığı bir sahneye tercihen uygulanmış görünmesine karşın, “gizli çekilen” teriminin katılımcıların yapmakta oldukları işi sürdürmeye genelde isteksiz olacakları ancak makinenin çalıştığından da haberdar oldukları sahnelerle ilgili olarak tercihen kullanılmakta gibi olduğuna da dikkat ediniz. Anlaşılır biçimde, gizli çekilen bazı fotoğraflar, makinenin müdahalesini takip etmek üzere aceleyle dönmelerinin yanı sıra kadrajdan çıkarak eşzamanlı olarak vermekte oldukları görünümü de belirsizleştirmeye kalkışan kimi modeller de sunar. Bu tip fotoğraflarla ilgili olarak, samimi davranışın gizlediği şeyin değil, davranışın gizlenmesi söz konusudur.

mun varlığı veya bir olayın meydana gelmesiyle ilgili sağlam kanıtlar olarak kullanılabilirler. Dolayısıyla, “kişisel olarak teşhis edilebilen” fotoğrafı çekilmiş birey, yani bize kendi biyografik teşhisine ilişkin etkili kanıt sunan özne, belli bir yerde, başkalarıyla bağlantılı olarak belli bir şey yaptığını kanıtlamayı başarabilir, ki mahkemeler bu ispatı kabul etmeye meyillidir. Örneğin, bir davacının sakatlık nedeniyle sigorta tazminatı talepleri bowling oynamak, merdiven çıkmak ve benzeri zorlayıcı hareketleri yaparken gizlice çekilen fotoğraflarının bulunması gerekçesiyle reddedilmiştir. Yine bir davacının birini “tanıdığını” inkârı da, tanımadığını iddia ettiği kişiyle muhabbet ederken çekilen fotoğrafları nedeniyle reddedilmiştir. Banka soyguncuları da güvenlik fotoğrafları nedeniyle benzer sorunlar yaşamıştır. Aslına bakılırsa, mahkemelerde bir davanın konusu olmuş bir olayın nasıl gerçekleştiğine ilişkin iddialar, zaman zaman fotoğraflar yoluyla, doğrudan ifadeye nazaran daha iyi desteklenebilir. Oysa resimler —teşhise yönelik polis işlerinde kullanılabilse de— ne kadar gerçekçi olurlarsa olsunlar bu şekilde kullanılmazlar.¹³

13 E. H. Gombrich *Sanat ve Yanılsama*'da bir resmin tek başına doğru veya yanlış olamayacağına, bu imkânların başlık veya etiket için ayrılmış olduğuna dair ilginç bir tespit yapar:

Mantıkçılar —ki kolayca reddedilebilen kişiler değillerdir— “doğru” ve “yanlış” terimlerinin yalnızca önermelere, savlara uygulanabileceğini söyler. Üstelik eleştirel dilin kullanımı ne olursa olsun, bu anlamda bir resim hiçbir zaman bir önerme değildir. Nasıl ki önermeler mavi veya yeşil olmazsa resim de doğru veya yanlış olamaz. Estetikte bu basit gerçeğin yabana atılmasıyla pek çok karışıklık ortaya çıkmıştır. Bu anlaşılabilir bir karışıklıktır çünkü kültürümüzde fotoğraflar genellikle etiketlenir ve etiketler veya başlıklar kısaltılmış önermeler olarak anlaşılabilir. “Kamera yalan söylemez” dendiğinde bu karışıklık aşikârdır. Savaş dönemi propaganda-sında savaşıyan taraflardan birini suçlamak veya temize çıkarmak için sahte başlıklar atılan fotoğraflardan sık sık faydalanılır. Bilimsel illüstrasyonlarda dahi resmin hakikatini belirleyen, resmin altındaki yazıdır. Geçtiğimiz yüzyılın *cause célèbre*'lerinden [ünlü meselelerinden] birinde evrim teorisini ispatlamak üzere insan embriyosu olarak etiketlenen bir domuz embriyosu

büyük bir itibar kaybına neden olmuştur. Hepimiz müze ve kitaplarda gördüğümüz illüstrasyonlar altındaki veciz başlıkları çok düşünmeden önerme haline getirip kapsamını genişletebiliriz. Bir peyzaj resminin altında “Ludwig Richter” ismini okuduğumuzda bu yolla tabloyu Richter’in yaptığı konusunda bilgilendirildiğimizi biliriz ve bu bilginin doğru mu yanlış mı olduğunu tartışmaya açabiliriz. “Tivoli” [ismini] okuduğumuzda ise resmin o yerin manzarası olduğunu çıkarırız ve yine etiketi kabul ederiz veya itiraz ederiz. Böyle bir durumda bir şeyi nasıl ve ne zaman kabul ettiğimiz büyük ölçüde sunulan nesneyle ilgili ne bilmek istediğimize dayanacaktır. Örneğin, Bayeux işlemeleri bize Hastings’te bir muharebe olduğunu söyler. Hastings’in neye “benzediğini” söylemez. [1961: 67-68].

Kısacası, resmin altındaki başlık resmin hangi yönüne dikkat edilmesi ve bu meselenin yönünün hangi ışık altında görülmesi gerektiğini bize söyleyerek resmi çerçeveler —örn. işlerin eski hâli, gelecekteki olası hâli, sanatçının hayali, belli bir dönemin tarzına hürmet ve diğerleri. Ne var ki, bu yaklaşım elbette bazı soruların mutlaka sorulmasını gerektirir. Başlıksız bir fotoğrafın, en alenisi mahkemeler olmak üzere, pek çok bağlamda modelin özellikleri ve niteliğine ilişkin bir iddia sunduğu düşünülür. (Fotoğrafların üzerinde oynama yapmak için çaba sarf edilmesi genelde bunların üstü kapalı bir şekilde hakikati beyan ettiğini ve bu beyanın da genelde geçerli olduğunu varsayar; aynı varsayım başka betimleme biçimleri için yapılmaz ki bu da anlaşılır bir durumdur.) Salt fotoğraf değil başka nesneler de örtük benzeşim ve çeşitli açık yeniden oluşturma biçimlerine tabidir. Bu dönüşümler yine de sadece dönüşüm olarak kalırlar, orijinalin dönüştürülmüşü. Ne var ki, bir fotoğraf hakkında yapılan bir yorumun, yani görüldüğü açının, kullanım bağlamından kaynaklandığı kabul edildiği takdirde, eğer bir başlık varsa bunun bağlamın yalnızca bir parçası olduğu görülmelidir. O hâlde bir başlık —her ne kadar örtük olsa da— yalnızca bağlamı başka bir başlık taşıyorsa doğru veya yanlış olabilir: “Buradaki açıklamalar var olanın beyanı olarak anlaşılabilir diye yapılmıştır.” Ayrıca, resmin başlığını okumak bir resimden ne anlayacağımızı belirleyebilirken, bağlama ait diğer öğeler de resmin başlığından ne anlayacağımızı belirleyebilir. (“Fantezi” yazısı bize bir sanat kitabındaki resmi nasıl okuyacağımızı söyleyebilir, peki [mizah dergisi] *National Lampoon*’daki bir resim hakkında ne söyler?) Özel okumalar, resimler kadar açık olması nedeniyle, olgunun veciz veya açımlanmış şekilde beyanı; alıntı, edebi tarz, yazı formatı, vb. şekillerde sunulabilir. Her hâlükârda (aldatma veya açıkça şaka amacı taşısın taşımamasın) hatalı başlık atılmış bir fotoğraf hâlâ modelinin kusursuz şekilde geçerli bir temsilini sunabilir, buradaki tek sorun modelin, başlıktan hareketle doğru bir şekilde teşhis edilememesidir. Açık, ışık, zamanlama, kamera mesafesi, lens, film banyosu, baskı ve fotoğrafçının niyeti açıkça bir fotoğrafın neyi yeniden ürettiğini ciddi bir şekilde etkileyebilecek olsa da, modelin her durumda bir kısıt oluşturduğunu da eklemeliyim.

(2) Yakalanmış fotoğrafların, resmedilenden hatasız bir şekilde ayırt edilemeyecek olan bir sahnede ne olup bittiğine dair ortak özelliklere sahip unsurlar barındıran başka bir sınıfla karşılaştırılması gerekir.

Birincisi, bir kişinin yüz resminin başka birinin beden resminin üzerine oturtulduğunda olduğu gibi, üzerinde gizlice “oyunanmış” veya “aldatıcı” hâle getirilip bütün bunlara yüzün sahibinin resmedilen sahnede yer aldığına dair kanıt süsü verildiği fotoğraflar vardır (bunların çoğu yakalanmış fotoğraflardır). Modelin yanlış bir şekilde özneye atfedilmesini teşvik etmek üzere kullanılan ciddi yanıltıcı resim yazıları da kullanılır.

İkincisi ise, başlı başına yeterince gerçek olan modellerin ve sahne malzemesinin “kim”in eskiden orada mevcut olduğu ve/veya neyin olup bittiğiyle ilgili kökten hatalı çıkarımlar yapılmasını sağlamak üzere biraraya getirilip koreografisinin yapıldığını ima eden düzenlenmiş, hileli veya uydurulmuş denebilecek bir fotoğraf türü vardır. Buradan çıkan sonuç, gizliden gizliye uydurma bir sahnenin fotoğrafıdır; *fotoğraf* gerçek bir fotoğraftır ama gerçekten resmettiği sahnenin fotoğrafı değildir. Buradaki klasik örnek, Britanya’daki boşanma davalarında bir zamanlar çok popüler olup, bir erkeğin, karısı olmayan bir kadınla bir odada bulunduğuna ilişkin geçerliliği yadsınamayacak bir kanıt sunan hileyle ayarlanmış sadakatsizlik fotoğrafıdır; buradaki yanıltıcılık, olan biten ve kadının meslekî kimliğiyle sınırlıdır. Mahkemenin edinmesi istenen (daha ziyade edinmiş gibi görüldüğü) yanlış izlenim, otel görevlisinin, fotoğrafı çekenin çektiği sahnenin yanı sıra fotoğrafın çekildiğini de görme ihtimali bulunmasına karşın, aslında olan biten hakkında edinebileceği izlenime oldukça benzerdir. Yanıltma niyeti olsun olmasın üzerinde oynanmış bir fotoğrafın mo-

dellerden gelecek işbirliğine ihtiyacı olmadığına, zira hilenin fotoğraf çekilmeden önce değil sonra yapıldığına dikkat ediniz. Öte yandan, kuşkusuz, modeller doğru anda doğru açıdan yakalandıkları takdirde -farkında olmadan- etkisi bakımından hileli bir fotoğraf üretmiş olduklarını fark edebilecek olmalarına karşın,¹⁴ hileli fotoğraflar genelde fotoğraf çekilmeden önce işbirliği içinde poz vermeyi gerektirir, ki bu da fotoğraflarının çekilmek üzere olduğunu biliyorlarsa ama fotoğrafçı onların bildiklerini bilmiyorsa olabilir. Aynı zamanda, göz de fotoğraf makinesi de benzer bir şekilde aldatılabilir olmasına karşın, örneğin, yetersiz derinlik ipuçlarının ortaya çıkardığı sonuçlardan oldukça farklı nedenlerden dolayı, fotoğrafa bakan birini kandırmak canlı bir sahneyi izleyen birini kandırmaktan çoğunlukla çok daha kolaydır. Hareketsiz nesne fotoğrafçısının, hileli bir sahne çekerken objektifini küçük bir alana ve (ister istemez) tek bir açıyla tutma pratiği, pozun hemen ötesinde hilesini ortaya çıkaracak herhangi bir şey olması ihtimalinden onu koruyabilir; verilen pozun ise, fotoğraf çekimi için gerekli süre kadar olması yeterlidir. Orada olan biteni izleyen biri ise bu türden bir kısıtlamaya tabi değildir ve at gözlüğü takıp kafasını mengineye tutmadığı sürece ve eğer hileli bir çekimin konusu olacaksa, çok daha kapsamlı bir ayarlama gerekecektir.

(3) Üzerinde gizlice değişiklik yapılmış veya oynanmış fotoğraflarda görülen sahneler, uydurulmamış olanların aksine, orada kimin olduğu ve neler olup bittiğine dair sağlam sonuçlar çıkarmayı sağlayacak bir dizi kanıt olarak okunamazlar. Bu tip gizli sahte fotoğraflar –“fabrikasyonlar”–, kabul etmek gerekir ki fotoğraf çekiminin kendisinin önceden tertiplendiği fotoğraflardan veya hâlihazırda çekilmiş fotoğraf üzerinde

14 Atıfta bulunulmadan kullanılmış bu ve diğer öneriler için Richard Chal-fen'a müteşekkirim.

oynama yapılmış olanlardan ayırt edilmelidir.¹⁵ Açıkça kurgu sahneler kimin orada olduğu ve neler olup bittiğine ilişkin fotoğraflık kanıta ait bir “kipleştirme” sağlarlar.¹⁶ “Ticari ger-

15 Günümüzde gazeteler ve dergiler başta siyasiler olmak üzere ünlülerin anatomilerinden bölümleri gösteren açıkça oynanmış fotoğraflar sunma konusunda gayet serbest hareket ediyor; buralardaki portreler elle çizimler, karikatürler, başka fotoğraflar ve benzerlerince tamamlanıyor. Okurların böyle resimleri tam olarak hangi çerçevede yorumladıkları net değildir zira yasal açıdan fantezi olduğu açıkça savunulabilecek bir şey bazı izleyicilerce öyle görülmeyebilir.

16 “Kipleştirme” ve “fabrikasyon” ile ilgili daha kapsamlı bir çalışma için bkz. Goffman (1974, özellikle 3. ve 4. Bölümler). **Editör Notu:** Birincil çerçeveler ve bunların dönüştürülmesi, Goffman’ın referans verdiği eserinde (*Frame Analysis*) uzun uzadıya irdelediği bir konudur. İlk olarak birincil çerçeve: “Verili bir durumda, bu durumun başka türlü anlamsız olacak şu veya bu görünümüne bir anlam atfetmeye imkân tanıyan çerçeve birincildir.” Birincil çerçeveler farklı türden dönüştürme faaliyetlerinin konusu olabilir. İlkın, kipleştirme [*keying*]: “Kip’ten, bir birincil çerçevenin tatbiki neticesinde hâlihazırda anlam yüklü bir faaliyetin, bir dizi düzenleme sonucunda, birinciye model olarak alan ancak katılımcıların belirgin biçimde farklı olduklarını düşündükleri başka bir faaliyete dönüşmesini anlıyorum. Bu uyarılama sürecini kipleştirme olarak adlandırabiliriz”. Goffman beş kipleştirme tipi sayar: 1- şaka, taklit, oyun, tiyatro, sinema, fotoğrafçılık; 2- sportif karşılaşmalar; 3- seremoniler (evlenmeler, merasimler, açılışlar, geçit törenleri, vb.); 4- teknik prova ve alıştırma, tatbikatlar, tekrarlar; 5- ters döndürme (örneğin beş dakikalığına Cumhurbaşkanı olan bir çocuk). Burada önemli olan, katılımcıların, birincil çerçevenin kendisiyle, kipleştirilmiş yani bir anlamda modellenmiş hali arasındaki farkın ayırdında olmalarıdır. Bu, şunu demeye gelir: [misal oyun oynayan iki çocuk örneğinde], “merak etme, savaşıklık oynuyorlar sadece”. Burada “savaşma” faaliyetinin kendisi birincil çerçeve, “savaşıklık” ise kipleştirmesidir. Goffman devamında ikinci bir dönüştürme türünden daha bahseder: arkadan iş çevirmeler-fabrikasyon [*fabrication*]. Taraflardan birinin diğerini kasten kandırmaya çalışmasını ifade eder: “Bir veya birçok kişinin faaliyetinin yönünü değiştirmeye, saptırmaya yönelik, bu kişilerin yaşamın süregiden akışı üzerine olan kanaatlerini çarpıtmaya varacak derecede, bireysel veya toplu, kasten sergilenen çaba veya girişimlerdir.” Goffman, bu başlık altında iki ayrı tipten bahseder: 1) “zararsız” veya “iyi huylu” iş çevirmeler (örneğin bir kişiyi veya arkadaşı “işletmek” veya çeşitli muziplikler); 2) “kötü amaçlı” iş çevirmeler (dolandırma, sahtecilik, çeşitli aldatmacalar, kumpas, güveni kötüye kullanma, sahte beyan, manipülasyon, vb.) Tüm

çekçilik” kelimesiyle ifade edilen, buna temel bir örnek teşkil edebilir. Bu, bize gündelik hayattan alınmış ancak fazlasıyla simüle edilmiş bir kesit sunarak, teorik olarak sahnenin resmedildiği gibi cereyan ettiğini iddia ederek günümüz reklamlarında kullanılan standart bir dönüştürme işlemidir. Ancak reklamcı, fotoğrafı yakalanmış bir fotoğraf gibi yutturmaya kararlı gibi görünmemesine karşın, buradaki mutabakat reklamcıya sahnenin ne tür bir gerçekçilik içerdiğini izah etmesi için fazla baskı yapmayacağımız yönündedir. (“Gerçekçi” terimi de “samimiyet” terimi gibi, sahneye çıkan bir oyuncuya uygulandığında kendisiyle çelişir; yani oyuncu başka şey olmamasına karşın başka bir şeye benzemesinden dolayı takdir edilir.) Ticari gerçekçiliğin, alışılmadık profesyonellerin poz verdiği ve hatalı bir şekilde yakalanmış gibi görülmesi niyetiyle çekilen sahnelerden ve *gerçekten* yakalanmış ancak artık reklama yerleştirilmiş olanlardan kesin hatlarla ayırt edilmesi gerekir.¹⁷ Ticari gerçekçiliğin özellikle özne-model meselesine ilişkin iyi örnekler sağladığına dikkat ediniz. Belli bir reklamda ne oldu-

bu tanım ve kavram setlerinin detaylı bir incelemesi için bkz. Levent Ünsaldı, *Burada Ne Oluyor?*, Heretik, Ankara, 2019.

- 17 Ticari gerçekçilikten sapmalarda daha incelikli olanlar vardır. Nitekim yıllık şirket raporlarında bulunan ve şirketin personeline sunduğu restoran hizmetini ön plana çıkarmak için, yine şirketten iki sekreterin yemeğe çıkmış kişiler, bir diğerrinin de garsonmuş gibi poz vermesi yardımıyla sergileyen bir fotoğrafın özne ile model arasında fark olduğuna dair pek fazla bilgi vermediği açıktır. Ancak bu modellerin profesyonel olmadıklarını saklamak için ellerinden gelen bütün çabayı da sergilememekte oldukları, dolayısıyla da bir restoran sahnesinde yer alarak, poz veren model pozunu verdikleri görülür. Yine karşılaştırılabilir bir çerçeve karmaşıklığı, amatörce çekilmiş gibi gösterilen bir filmin ticari film senaryosunun bir parçası olarak kullanılmasında veya gerçek görüşmecilerin çabalarını stüdyo oyuncularınca icra edilen yanıtlardan ayırt ettiği düşünülen tekrar çekimlerinde; duraksamaları ve minik duygusal patlamaları sergilemek üzere prova yaptırılmış, özenle seçilmiş sıradan tüketicilerin, “yurttaşlar” ile yapılmış “mülakatlar”ın yayınlandığı radyo reklamlarında kullanılmasında görülür.

ğu sorulduğunda, “Balık avlayan bir aile” yanıtını verebiliriz. Fotoğraftaki dört öznenin birbiriyle ailevi bir ilişkisi olduğunu düşünmemize neden olan, tam da gerçek hayatta yabancılarla ilgili olarak da böyle bir ilişki çıkarsamamızı sağlayabilecek şeydir. Suyun içinde gördüğümüz olta resmi de aynı etkiyi yaratır. Fotoğrafta modellik yapan dört kişinin *gerçekten* bir aile olduğunu düşünüp düşünmediğimiz veya misinin ucunda çengel olup olmadığı sorulduğunda yanıt pekâlâ “muhtemelen değil ama önemli mi?” olabilir. Herhangi bir reklamla ilgili mesele, yaratıcısının, hayal ürünü sahnede olup bitene dair neyi çıkarsamamızı istediğidir, resmedilen sahnelerdeki gerçek olaylarda neler olup bittiği değil. Önemli olan öznedir, model değil.

Fotoğraf sahne prodüksiyonu üzerindeki kısıtlamalar böylece doğru düzgün ortadan kaldırılabilir. Çıplak bir kadın özneye yer veren bir reklam, hele bu kadın tanınmış bir kişiye, modelin tevazusuyla ilgili sorular sorulmasına neden olur; GM’nin [General Motors] ayarlı direksiyon sistemi şerefine çıkarılan, steysin vagon araba önünde kümelenmiş rahibeleri gösteren reklamı buradaki öznelere hakaret edildiğine dair sorulara yol açabilir (ki açtı da) –bu reklamda modeller alışılmadık bir kıyafetle iyice örtülmüştü (bkz. Livingston 1976).

Ticari gerçekçilik veya alenen kurgulanmış bir sahne içeren reklamlar, sahnenin ne temsil ettiğiyle elverişli bir şekilde karşılaştırılabilirler. Her iki durumda da izleyicilerin, betimlenen dünyayı elbette gerçekten hakiki değil de sanki gerçeğe yakın gibi ele alarak bu bir nevi hayali durumla bilerek meşgul olmaları gerekir. Arada ilginç farklar vardır. Bunlardan biri, muhtemelen izleyicilerin, gördüklerini daha sıklıkla somutlaştırdıklarını, yani kipleştirmenin konusu olmuş katmanları azalttıklarını gösterir, zira modeli öznesiyle doğrudan eşle-

yecek şekilde bir reklamın haber fotoğrafı veya özel bir portreye benzediğini düşünmeye meylederiz. (Her hâlükârda bir fotoğrafın neyle ilgili olduğuna gerçeklik isnatı yapılmasının, sunulan olaylar hâlihazırda bizden bağımsız vuku bulduğundan dolayı, bizim aracılığımızı derhal şart koşması pek mümkün değildir, öte yandan, Othello, Desdemona'ya saldırdığında eğer izleyici Othello'yu gerçek bir cana kast ediyor diye yanlış çerçevelemişse derhal bir şey yapılması gerekecektir.) Bir başka fark: Oyun prodüksiyonlarında modellerin, en azından başrol oyuncularının, kişisel kimliklerini bilmemiz sıradan bir durumdur ve gösteriden aldığımız zevkin bir kısmı o anda hangi rolü oynuyorlarsa oynasınlar en sevdiğimiz oyuncuları iş başında görmekten kaynaklanır. Reklamlarda ise nadir istisnalar dışında modellerin kişisel kimliklerini bilmeyiz ve bu bilginin peşine düşmeyiz. İlgi çekici sıradışı bir örnek de kişisel olarak tanımlanmış modellerin —daha doğrusu sinema dünyasının “starları”nın—, kendilerini ekranda olabileceği gibi kurgusal rollerde yansıtarak ve yine ekranda olduğu gibi cazibe kaynağı olarak ve “kendi” kimliklerine dayanarak bir dizi fotoğraf için rol yaptıkları, kıtada popüler olan *fotoroman* türüdür (bkz. Van Dormael 1974).

VYakalanmış sahnelerle başlayan tanım, fabrikasyon ve kipleştirilmiş olanların eklenmesiyle karmaşıklaştı. Şimdi bütün bu fotoğrafların önemli bir özelliği paylaştıklarını, yani cereyan etmekte olan “olayların” ister riyasız, ister hileli isterse de açıkça taklidi olsun hepsinin *sahneler* olduklarını, yani temsiller olduklarını görmek için devam etmek şart. Anlatı benzeri bir aksiyonun, bilinenden, daha önce gündelik yaşamda görülmüş olandan hareketle okunması gerekir. Bu aksiyonun öncesinde ve sonrasında neler olduğu böylelikle çıkarsanabilecek ve

devam eden faaliyet akışındaki bu yer *kendi başına* modellerin ve ekipmanın oturacağı bağlamı oluşturacaktır. Bu tür fotoğrafların tamamı başka bir sınıf fotoğraftan, yani portrelerden ayırt edilmelidir ki bunlar aksiyonun olmadığı veya tesadüfi olduğu fotoğraflardır ve bunlarda sahnenin devam ettiğini pek de söyleyemeyiz. Bir olay dizisinden ziyade bir özne sunulur.

(1) Öncelikle bizzat kişisel portre formatını göz önüne alınız. Bu format fotoğraf makinesi ortaya çıkmadan önce de vardı, özel resimlerde ağır basıyordu, ancak şimdilerde azalmaya başladı: Model şık bir kıyafetle oturur veya ayakta durur, yüzüne bakması istenen yöne doğru garip, yarı gülümser bir ifade takınır –ki bu yalnızca askeri tören alanından tanıdık bir kısıtlamadır— ve kendisi olarak poz verdiği durumda model ile öznenin pek çok açıdan aynı olduğuna dair haklı varsayım- la kendisini ebediyetin yargısına teslim eder. Bu duruşsal formülün, erken dönem filmlerin sergileme ihtiyaçları ile portre resimlerde tesis edilmiş tarzı (ve zorunlulukları) yansıttığı su götürmez; her hâlükârda, bireylerin gündelik dünyada başka herhangi bir duruma verecekleri yanıtlarda bu türden bir prototip bulunamaz.¹⁸ (Elbette her tür karşılık yapmacık olabilir ve uzun süre bir tazyike maruz bırakılabilir ancak bu karşı-

¹⁸ Son yıllarda şık portre fotoğrafçıları geleneksel formattan uzaklaşmıştır. Modelin yüzünde donuk bir itibar telkin etmek yerine, bireyin yapmacıksız bir şekilde aksiyona kendini kaptırmış gibi görüldüğü bir his yaratarak sıcaklık, cazibe, canlılık ve benzeri ifadelerin peşine düşerler. Bu ifadeleri elde etmek için kayda değer bir ısınma süresi ve model, görüntüsünün ne zaman ve hangi açıdan çekileceğinden emin olmasın diye ikinci bir makine kullanılabilir. Bu şekilde her müşteri, fotoğrafçının makinesi ne zaman dile gelse söz kullanmadan bir fikir veya duygu durum aktarmasını sağlayarak, konumunun yanı sıra karakterini de ifade eden bir kişi hâline gelip cana yakın bir figüre ya da samimi fotoğrafçılık veya yüksek sembolizm açısından uygun bir nesneye dönüştürülebilir. İşte yaşamdan kesitleri yeniden üreterek hayatlarını kazananların, gerçek olanı daha da fazla yok etmeyi sürdürebilmeleri bu tip pratiklerle mümkün olur.

lıklar fotoğraf çekmeden başka bir şeye tepkiymiş gibi sunulur.) Portre formatı, bir özne ile ürün içeren ticari çekimleri de kapsayacak şekilde genişletildiğinde, aslında gündelik yaşama yabancı olmayan fakat pür bir taklit havası veren bir ifadenin oluşmasına yol açar: Sanki özne kimi zaman işbirliği içinde orada objektifin arkasında kanlı canlı duran biriyle veya fotoğraf makinesi çevresinde daha kalabalık bir grupta göz teması kuruyormuş gibi donuk bir bakış. Burada ayrıca izinsiz müdahaleye karşı bir savunma ifadesi de bulunur. Bu, izleyicinin betimlenen sahnede gerçek bir katılımcı olduğunu hissetmesini teşvik etmenin incelikli bir yoludur. Dolayısıyla, öznelere, özellikle kadın olanlar, nazarımıza edilgen bir şekilde teslim olup bizim görünüşte müdahaleci bakışımıza karşılık veriyor-muşçasına gösterilebilirler. Yine daha incelikli bir şekilde, özne kimi zaman üçüncü bir figüre gözünün ucuyla bakmak üzere ikinci bir figüre sırtını dönüyormuş izlenimi yaratabilir ki bu da her hâlükârda ifşa edici bir açıdan manevrayı yakalamamızı sağlayarak kendimizi ilgi sadakatsizliğinin sırtını paylaşır hâlde bulmamıza yol açar. Öznelere izleyiciye tepki veren yüz ifadelerinin taklidi sahne içindeki portreyi bir nebze değiştirir ve elbette bu, Batı resminin standart özelliklerinden biridir.¹⁹

(2) Erken dönem portre fotoğraflarında (üç boyutlu formlarıyla üst tabakaya uygun olduğu düşünülen) arka fonda orman veya helenik sahneler bulunan tuvaler kullanılıyordu. Böylece fotoğraf makinesinin -bir nebze tiyatro sahnesi gibi-

19 Örneğin Rubens'in *Kürk Mantolu Hélène Fourment* tablosuna ve Berger'in (1975: 60-61) tartışmasına bakınız. Radyo ve televizyonda sunucuların, konuşmalarını belli bir mesafede bulunan gerçek izleyici ya da dinleyicilere hitaben gerçekleştiriyorlarmış ve o anki bir etkileşimin parçasıymış gibi yansıtılmalarını sağlayacak bütün bir sanat dalının gelişmiş olduğunu da eklemeliyim. Siyasi adaylara bu teknikler hakkında verilen eğitimler sırasında karşılaşılabilecek beklenmedik durumlar hakkında bkz. Carey (1976).

merkezî odaktaki figürler ve nesneler arasındaki ve önlerinde duran her şeyi dünyadan sildiği prensibinin açık avantajı kullanılmış oluyordu. Aynı zamanda çerçeveye bağlamdan kalan ne varsa bir *arka plana*, dipsiz bir düzleme indirgeme eğilimi gözlenebiliyordu. Yakın geçmişte gördüğümüz ticari versiyonu, muhtemelen, doğanın içinde egzotik bir arka fonda, eski zamanlara ait kostümler giymiş kadın figürleri gösteren lüks duvar süsleridir. Bunlar da doğayı taklit etmez; doğa, tuvali ikame eder.

(3) Portre fotoğraflarında bağlamsal uzamın odak noktasına ve düz arka plana dönüşümü, mikroekolojik uzamın dönüşümü ile at başı gider. Bir akraba topluluğu, takım, okul veya birliğin hatıra amacıyla çektiirdikleri fotoğraflar, tanıdıkları boy sırasına göre derli toplu kümelerle ayırır; dekor amaçlı diz çökme ve piramit şeklinde dizilmeler de kullanılabilir. Bu en azından birbirine denk gelen bedenlerin çıkarımsal görünümüyle birlikte bütün yüzlerin benzerliğinin fotoğrafta görüleceğini güvence altına alır, elbette fotoğraf makinesinin yapabileceği kadar geniş bir şekilde. Koro şarkıcılarının sahnelenmesi buna yaklaşmasına karşın, bütün bu modellerin fotoğraf çektiirmek üzere kümelenmelerinde karşılaşılan mikroekoloji ve beden temasına başka herhangi bir çerçevede elde edilenden sistematik olarak daha farklı bir okuma yapılır. Gerçek insanlar – öznelere değil, modeller— arasındaki gerçek uzamdan söz ettiğime dikkat ediniz. Günümüzde grup fotoğraflarının ticari versiyonları, uzamın daha da çarpıcı bir şekilde yeniden inşasını sunar. Zira bu versiyonda açık deniz dalgıcı, Çinli aşçı, bale sanatçısı, siyahi hemşire, orta yaş ev hanımı ve beyaz saçlı bir bankacı şen bir birliktelik içinde toplanır. Bu, toplumsal hayatın olağan şartlarda ayrı tutma eğiliminde olduğu öznelere kol kola girmelerine neden olur; toplumsal mesafeyi imleyen temel algıyı kişilerarası fiziksel uzam yoluyla hükümsüz kılar.

Ama tabii hatıra amacıyla çekilen fotoğraflar ile reklamlar arasında derin bir fark vardır. Portre fotoğrafı için kol kola girmiş takım arkadaşları bu uzamsal yakınlığı gözler önüne seren kendilerine ait bir fotoğraf üretirken, benzer bir şekilde poz veren profesyonel modeller ise kendilerine ait değil reklamcı tarafından seçilen öznelerle ait bir fotoğraf üretirler. İşte çarpıcı olan da resmedilen uzamdaki öznelerin kaynaşmasıdır, stüdyodaki modellerin değil. Ne de olsa profesyonel modeller tıpkı profesyonel oyuncular gibi bütün doğallık iddialarından vazgeçmişlerdir ve neredeyse bütün kisveler ile pozlarda görünmeleri sağlanabilir.

(4) Kişisel portre için modellik –veya herhangi bir başka şey yapan— birey, benzersiz bir biyografik bireyselliğe sahip bir bireydir; bu durum izleyicinin modeli kişisel olarak tanıması veya en azından hakkında bilgi sahibi olması şartıyla özne ile modelin kişisel kimliği arasında bir eşleştirme yapılmasına izin verir. (Ünlülerin bebeklik veya lise fotoğraflarını tespit etme veya güncel görüntüleriyle eski fotoğraflarını eşleştirme oyunu da böyledir.) Portreye bakanlar için bu eşleştirme olanağı elzemdir; ritüellerde kullanımında sırf herhangi birinin fotoğrafından değil, yalnızca ünlülerin veya kişinin kendi çevresi içindekilerin fotoğraflarından faydalanılabilir. Ticari fotoğraflarda ise ünlü veya “yurttaş” tanıklıkları dışında bu bağlantı gereksizdir.

Portre fotoğraflarında modelin açıkça “poz verdiği” dikkat ediniz. Sırf fotoğrafının çekilmesi için fotoğraf makinesinin karşısında bir konum almış olması fotoğrafın sahici, “gerçek” olarak değerlendirilmesine hiçbir şekilde gölge düşürmez. Üstelik fotoğraflanan gerçekten olup bitendir, yani portre fotoğrafıdır; modelin, yorumlanma sürecine terk edilmesidir. Burada birinin, bu tip bir fotoğrafın başka bir şey olduğuna

dair inancını düzeltmek istermişçesine “salt poz verdirilmiş” olduğunu söylemeyiz. Arka planın salt bir dekor *resmi* olması da portreyi itibarsızlaştırmaz zira burada genel ekipmanların kullanımı dışında başka herhangi bir şeyin mevzu bahis olduğu iddiası yoktur.

Burada kolayca karıştırabiliyor gibi durduğumuz, görünüşte naif fotoğrafların ve varlığın çeşitli alanlarının çerçeve karmaşıklığı aklımıza gelir. Örneğin bir fotoğrafta, yalnızca *gerçek* bir insan olan bir model ile yine başka bir olay düzlemi takdim ederek kendi içinde gerçek olup manzara kaynağı olarak kullanılan ağaç *resmi* olan bir fonun yanı sıra, çerçevelenmiş bir fotoğraf veya yağlı boya portre de yer alabilir. Nitekim yeni yüzyıl başlarken, ölen kişinin çerçevelenmiş portre fotoğrafının çelenkler ve gerçek çiçekler arasına konup hepsinin tuval üzerine bulutlu bir gökyüzü önüne yerleştirilerek fotoğrafının çekildiği cenaze fotoğrafları vardı. (Burada elde edilen sonuç fotoğrafın *fotoğrafıydı*; aynı negatiften alınan baskının farklı bir çerçeveye yerleştirilmesi, fotoğrafın yeniden fotoğraflanması ve elbette fotoğrafın linotip yeniden üretimi.) Bütün bu yollarda portre fotoğrafçılığı baştan beri bir çerçevedeki malzemeyi başka bir çerçevedekine ilişirmiştir;²⁰ yeri gelmişken, bunun da resim sanatında uzun zamandır kullanılan bir pratik olduğunu belirteyim.

“Gerçek” bir portre fotoğrafı belki de görene çeşitli şekillerde kötü gelebilecek olandır; iyi çıkmamış, modelin sahip olduğu “bilinen” kişiliği yakalamayı başaramamış, kötü düzenlenmiş, ışıktandırılmış, basılmış, vb. olabilir. Ne var ki, bu kusurlar portrenin özgünlüğüne veya aslına uygunluğuna gölge düşürmez. Portrenin “gerçekten” başka birine ait olduğunu, salt poz

20 Örnekleri Lesy’de bulunabilir (1973). Bu yüzyılın başlarındaki kartpostalarda da böyle ilişirmeler kullanılmıştır.

verdiğini sandığımız modele benzeyen birinin işin içinde olduğunu veya fotoğrafın tamamıyla pozun pozunu içerdiğini fark ettiğimizde devreye yine fabrikasyon ve kipleştirme meselesi girer. Bu da, aslında ticari reklamların özel kullanımına yönelik olarak, kendi fotoğrafına poz veriyor olsa vermeyeceği bir şekilde poz veren profesyonel bir modelin işi hallettiği, ancak yine de özel portre fotoğrafı gibi görülmesi amaçlanan bir şeyin sunulmasına benzer. Özel kişisel portre fotoğrafçılığının neredeyse başlangıcından itibaren modellerin alenen “komik” fotoğraflar çektiler tüm bu muğlaklıkla dalga geçtiğini de eklemeliyiz; örneğin, modellerin, temsil edilen dekora kafalarını soktukları ya da bilerek komik poz verdikleri fotoğrafları mevcuttur. Ancak ilginç olan, ticari fotoğraflar, daha sonra portre pozuyla dalga geçen özel kişiler olarak poz vermiş bu profesyonel modellerin fotoğraflarını sunarak çerçeveye yeni bir tabaka daha ekleyebilmişlerdir. Bir öğrenci özgün bir özel portre fotoğrafını alıp slayta dönüştürerek portre fotoğrafçılığı örneği olarak izleyicilere sunduğunda, gerçek bir portre kullanılıyor olmasına karşın, kendi portresini esas amacına uygun kullanmadığı ve dolayısıyla da buna herhangi bir ritüelin eşlik edemeyeceği açıktır. Burada form kalır ancak işlev değişir.

Son olarak, “poz verme” kavramına tekrar bakınız. Doktor gibi görünmesi gereken bir reklamda yer alan ticari bir model “poz vermektedir,” bu faaliyet kendisine doktor “süsü vermek”ten (birinin herhangi bir eğitim veya diploma sahibi olmaksızın tıbbi tedaviye kalkışmasında olduğu gibi) net bir şekilde farklıdır ve bir filmde sağlık personeli rolü “oynamaya” benzer. Ne var ki, kendi portresi için “poz veren” birinin bunu ticari modelin yaptığı anlamda yapmadığı daha da nettir. Zira, belirtildiği üzere, özel portrelerde genellikle, fotoğrafa bakan kişiye sahte bir dünyanın resmedildiği fikrini sağlayacak sahne ipuçları kullanma çabası gösterilmez. Ticari pozlar, modeli,

reklamcının etrafına hayali bir sahne inşa etmek istediği hemen herkese dönüştürürken, özel portreler, modeli kendisinin dekoratif bir temsiline dönüştürür. Burada fotoğrafçılığa ait iki “iyelik” hoş bir şekilde harmanlanır. Buradaki meselenin kamera karşısında süslenip püslenme veya poz verme olmadığına dikkat ediniz. Özel portreler, tanıtım amacıyla çekilen kamusal portreler, ulusal liderlerin yakalanmış haber fotoğrafları, hatta “ilginç görünen” yüzlere ait sanat fotoğraflarının tamamı modellerinin “kendi”lerine ait olmayan kişisel veya toplumsal bir kimliği sunmadıklarına ilişkin temel olguyu yansıtır. Bu fotoğrafların “aslen” öznelere “ait” olduğuna yönelik sağduyuya dayalı izlenimimizin altında yatan şey de budur. Bütün bunlar ister kandırmaca isterse tamamen gerçekçi olsun, ticari hayal ürünü ile karşılaştırılacaktır zira bir modelin doktor, Napolyon veya şeytan olarak poz verip vermemesinin burada herhangi bir önemi yoktur. Bütün bu durumlarda özne ile model hiçbir şekilde aynı değildir ve bu da karşımızdakinin bir doktorun, Napolyon’un veya şeytanın *hakiki* fotoğrafı olmadığını söylememize yol açar. (Bu, doktor olarak poz veren bir modelin bize ne hakiki bir *fotoğraf* ne de bir yetişkin, erkek, beyaz kişi, yakışıklı, profesyonel model, vb.’ne *ait hakiki* bir fotoğraf sunduğu anlamına gelir. Öte yandan, Napolyon’un veya şeytanın hakiki fotoğrafı olanaklı değilken, Napolyon’un hakiki portresinin hakiki fotoğrafı olanaklıdır ancak şeytanınki mümkün değildir.)

VI Fotoğraflanan sahnelere getirdiğimiz yargı standartlarının portre fotoğraflarını yargılarken getirdiklerimize pek benzemediği ortada. İlkiyle ilgili olarak üzerinde oynanmış mı veya hileli mi, eğer böyleyse, aleni mi gizli mi yapılmış; ikincisiyle ilgili olarak da “rötuşlanmış” mı, aslına uygun

mu, abartı mı veya benzeri mi gibi sorular sorarız. (Sıradan kaygılar özel portre gibi görünenin aslında portrenin bir fabrikasyonu veya kipleştirmesi olabileceği olanağını genelde göz ardı eder; bu ihmal belki de portrenin zaten bir kipleştirme, zaten insan bedeninin ritüelleştirilmesi, zaten bize göründüğü hâliyle dünyanın bir özelliğinin basitçe yorumlanmasından uzaklaşılması olmasına bağlıdır.) Her hâlükârda, portreden ayrı olarak fotoğrafların, özneleri objektif önünde değilken kendilerini ne şekilde konuşlandırabileceklerinden sistematik olarak farklı bir şekilde nasıl sunabileceğine dair bir soru sorulabilir. O hâlde burada algı fizyolojisi veya psikolojisiyle ilgili konularla bağlantısı olmayan bir kaygı söz konusudur. Özetle, fotoğraflanmak üzere alenen kurgulanmış sahnelerle, fotoğraflanmakta olduklarıyla ilgilenmeyen katılımcıları olan canlı sahneler arasındaki sistematik farklar nelerdir? Başka bir deyişle, alenen kurgu sahneler ile kurgusuz olanların fotoğrafları arasındaki sistematik farklar nelerdir?

(1) Fotoğrafın sağladığı belki de en belirgin gerçeklikten uzaklaşma ticari bağdaştırmacılıktır. Bir fotoğrafta gerçekçi görünen bir sahne oluşturma kabiliyeti, teker teker unsurlarının gerçek olarak hayal edilebildiği ancak tüm unsurlarının birleşiminin mevcut dünyada mümkün olamayacağı bir sahne oluşturma kabiliyetiyle ilişkilidir. Dolayısıyla, bizimle buz kütlesi içinden veya havada süzülürken konuşan, uzun zaman önce ölmüşken şimdi hayatının baharında dünyaya dönmüş söylensel figürlerin veya seçkinlerin arasına karışan ya da yalnızca bilinçli soytarılıktaki bulmayı beklediğimiz şekilde ciddi ölçüde beceriksizlik, palavracılık, ürkeklik ve kibir sergileyen veyahut da fotoğraftaki diğer figürlerin göremediği konuşma balonundaki düşüncelerini okumamıza izin veren öznelere olduğu fantastik fotoğraflar böyledir. Daha incelikli bir karma-

şıklık kasten başka reklamları hicveden reklamlarda bulunur. Böylelikle bir fotoğrafta resmedilen sahte dünyayı bir başkasının sahte dünyasında kopyalanmak üzere gerçek materyal konumuna yükseltip kipleştirmenin kipleştirilmesi sağlanmış olur.

(2) Şimdi katılım yapısını göz önüne alalım. Toplumsal durumların bir özelliği de katılımcıların, ele alınan uygun konulara kendiliğinden katıldıklarına dair bir görünüm sürdürmek zorunda olmalarıdır. Bireyin katılımına ilişkin kanıt genelde aynı doğrultuda bakan gözlerinin, başının ve gövdesinin hizalanmasının yanısıra bakışının istikameti ve hareketliliğinden gelecektir. Şimdi bütün zorunlu görüntüler içinde taklit edilmesi en zor olan doğrudan katılımdır ve sanki kasten yapılmış gibi görünmelidir. Herhangi bir şeye katılıma yönelik uygun bir izlenim üretme çabası, sanki bu bir zorunlu görevmiş görüntüsü yaratmaya meyillidir.²¹ Çoğu birey başka birinin söylediği veya yapmakta olduğu şeyle inandırıcı bir şekilde ilgileniyor-muş gibi davranma becerisini kazanmasına karşın; konuşanın bizzat taklit ettiği konuşmayı dinlerken, bir katılımcıyla ilgili ortak tepkiyi başka bir katılımcıya anlatırken veya başka bir sohbete çok yakın bir mesafede sohbete devam ederken gözlemlenebilecek daha karmaşık toplumsal düzenlemelere “doğal” katılımları talep edildiğinde bu beceri gücünü kaybeder. Böyle anlarda bireyin bakışının fazlasıyla sabitlendiği algısı ve nihayetinde umulan şekilde gövde, baş ve göz hizalanmasını yapamamasına bağlı olarak izleyiciler üzerinde huzursuzluk hissi yaratması muhtemeldir. Bunun belki de en rahatsız edici örneği, bir birey objektife veya kendisini izleyen kişilere gözünün ucuyla bakarken gövdesiyle başının gözlerini takip etmesini engellemeye çalıştığında görülür. Gözler, baş ve gövdenin beklenen hizalanmalarındaki mikroskopik uyumsuzlukları ayırt

21 Bkz. Goffman, “Alienation from Interaction” (1967: 113-136).

etme becerimizin de tek kelimeyle muazzam olduğunu eklememe izin veriniz.

(3) Fotoğraf bakımından gerçeklikten uzaklaşmanın başka bir türü portrelerle sahneleri karşılaştırarak görülebilir. Bir kişinin, hatta dağınık olsa bile bir grup insanın görüntüsü fotoğraf makinesinin şaşmaz merceği tarafından önden gayet eksiksiz bir şekilde yakalanabilse de, doğal toplumsal durumlardaki faaliyetin böyle bir açıdan nadiren iyi fotoğraflanabileceği açıktır. En iyi bakış açısı her bir biçimleme için yeni baştan seçilmelidir. Bu, bir gözün ve ait olduğu insanın doğal toplumsal hayatta hemen hiç beceremeyeceği şekilde fotoğraf makinesinin konumlandırılmasını içerebilir. Daha da önemlisi faaliyetin kesilmesi veya yayılması gerekebilir neticede portre pozu, toplumsal durumlarda vuku bulan şeylerin dikte ettiği bir duruş değildir; tümüyle fotoğraf makinesi ile portrenin karakterinin özel ihtiyaçlarına verilmiş bir yanıttır. Üstelik böyle bir odaklanma, bakanın dikkatini merkezdeki kişiye yöneltmek için araçları biraraya getirmek üzere sahnelenebilir ki bu araçlar başka türlü doğada bulunan araçlar değildir. Nitekim siyasi tanıtım fotoğraflarında görülen bir pratik de odaktaki kişi doğrudan objektife ve kalabalığa el sallarken bile liderin çevresindekilerin veya çocuklarının, takip edilmesi gereken yöne işaret ederek yüzlerini objektiften çevirip kendilerini arka planda tutarak ana figüre (lidere) bakılmasını sağlamaktır. Bütün bunlar ancak tam karşıda izleyiciler veya kamera olan bir yerde bulunabilir ve sıradan yüz yüze etkileşimde sergilenen hizalanmalardan tamamıyla farklıdır.²²

22 Fotoğrafçıların tahakkümü sergilemek üzere kullanabilecekleri başka doğal olmayan araçlar da vardır. Örneğin, basmakalıp reklamlarda başka biriyle yakın mesafede bulunan bir kişi, diğerinin tanıtılan ürünü kullanmasının onu böyle bir ilgiye mazhar kılmışçasına ona sevgi dolu ifadelerle ve kendisini arka planda tutar şekilde bakarken resmedilecektir. Yan yana dururken açıkça sevgi dolu bakışlar, bir tabiiyet ilişkisi içerebilecek şekilde

Portreler ile fotoğraflanmış sahneler arasında başka öğretici farklar da vardır. Her iki durumda da fotoğraflara modellik yapan kişilerin kendilerine has biyografik (kişisel) kimlikleri vardır. Belirtildiği üzere, portre fotoğrafının sahibi için, portrenin sahip olacağı ritüel işlevi bakımından aslolan bu özdeşleştirme yapma olanağıdır. Fotoğrafta kişisel bir tanıklık olduğu durumlar dışında ticari fotoğraflarda ise böyle bir mesele söz konusu değildir.²³ Muhtemelen reklamın anlatmakla ilgilendiği şey, hâlihazırda tanınmış belli bazı bireyler değil, daha ziyade gerçek hayatta kişisel olarak tanımadığımız kişilerce icra edilmeleri hâlinde fark edilebilir olacak faaliyetlerdir. (Bu, elbette, öznelerin birbirlerini doğal olarak çok iyi tanıdıklarını ima edecek şekilde resmedilemeyecekleri anlamına gelmez.) Aslına bakılırsa fotoğraflanan sahneler kişi kategorilerine ait örnekler gösterir, belli bazı kişilere değil. Gerçek hayatta toplumsal kategorilere zar zor yerleştirebildiğimiz kişileri şahsen de tanımıyorsak veya onlarla iş ilişkisinde olmak için iyi nedenlerimiz yoksa kendilerine dair pek çok fikir edinmemize karşın, ticari sahnelerde bu kişilerle ilgili tanık olduklarımıza tanık olacak bir konumda olmadığımızı dikkat ediniz. Nitekim yatak odalarında sahnelenmiş bir karı kocanın kinde olduğu gibi, hiçbir iş veya tanışıklığın görmemizi mazur kılmayacağı

kimi zaman yaşları çok küçük olanları hedef almasına karşın, bu ifadeler yetişkinler arasında yaygın değildir zira taparcasına seven ile sevilen arasındaki diğer etkileşim yükümlülükleriyle uyumsuzdurlar.

23 Koleksiyoncular, ünlü fotoğrafçılar tarafından çekilen isimsiz modellerin portrelerine değer verebilirler ve bu bakımdan portreler ritüel değer taşıyabilir, ancak bunun nedeni, fotoğrafı çekilenle değil de çekenle temas sağlamasıdır. Fotoğrafları nadir bulunan nesneler –kalıntılar– ve bu suretle de onları parasal değere çevirmeye yönelik çeşitli girişimler de vardır elbette. Özgün negatiften alınan baskılar görünüşe göre aynı klişenin yeniden fotoğraflanmasından ayırt edilebilir. Film banyosu ve büyütmede gerekli olan becerinin bizzat teşhis edilebilen bir şey, dolayısıyla da ürünleri ayırt etme aracı olarak işlev gördüğü iddia edilebilir. (Bütün bunlar ve diğer yardımları için Lee Ann Draud’a müteşekkirim.)

fotoğraflanmış pek çok sahne vardır. Bu manzarayı ancak görülmemiş becerileri olan bir röntgenci elde edebilir. Bir roman-cının, yarattığı karakterleri hakkında verdiği bilgileri okuyan kimse gibi, izleyici de sahnede resmedilenin sırtına erişmenin önündeki meşru toplumsal dayanaklarla kısıtlanmaksızın kendini egemen bir konumda bulur.²⁴ Kısacası, görüş açısı ve mesafesiyle büyük izleyici sürülerinin içine sokulabilecek bir fotoğraf makinesinin, görsel görüş noktasından hareketle bir sahne düzenleme olanağı, optik bir yetki olmasının yanısıra aynı zamanda toplumsal bir yetkidir.

(4) Fotoğraf çerçevesinin bir özelliği, yüksek sembolizmi tercih ederek sıradan hayatın tasvirinden sakınma olanağıdır. Böylece, modelin bedeninin bir parçasının görüntüsü bütün fotoğrafı kaplayacak hâle getirilebilir; insanlık hâllerine basit bir örnek olarak değil de bütün bir insanlık hâline ilişkin derin bir yorum olarak okunmak üzere açıkça sunulabilir. Bu dışavurumculuğun daha küçük bir versiyonu da göz önüne alınmalıdır zira daha yaygın ve muhtemelen daha önemlidir.

Gerçek durumlarda şartlarımızı ve niyetimizi dışsallaştırırız, bu da aslında çevremizdeki diğerlerinin bize uyum sağlamasını kolaylaştırır. Ancak, tabiri caizse bu teşhir, aynı meydana gelme sırasında bir dizi eylemin parçası olarak ortaya çıkma eğilimindedir; bu eylemlerin bir kısmı henüz meydana gelmişken bir kısmı da muhtemelen meydana gelmeye başlayacaktır. Özel portrelerde ve tanıtım portrelerinde bireylerin, teşhir ettikleriyle gayet farklı bir ilişki içinde oldukları düşünülebilir. Tartılırken tanıtım fotoğrafı çektiren iki boksör, gele-

²⁴ Karikatür bantları gündelik hayata ilişkin başka dönüştürmeler sunar. Örneğin, karikatürlerdeki kahramanlar uzaktayken, hatta saklanmışken bile sözleri ön planda balon içinde verilebilir; bu da aslında izleyicinin uzak sesleri duyabilmesini sağlar. Karikatür çerçevelerindeki dönüştürme kurallarının başka yönleri ile ilgili olarak bkz. Fresnault-Deruelle (1975a, 1975b, 1976).

cekte yapacakları eylemlerin bir koreografisini sunarak dövüş pozu vereceklerdir. Ne var ki bu pozlar, gerçekten meydana gelebilecek tüm eylem silsileden tamamen koparılmış “salt” temsillerdir. Nitekim, boks sanatında pozu açıkça göstermek için çok da ustalığa ihtiyaç yoktur. Burada elimizde olanlar da eylemlerin kendisi değil, sembollerin fotoğraf kayıtlarıdır. Benzer bir şekilde, tanınmış bir bilim insanı herhangi bir dergiyle iyi niyetle (bilgi yayma amacıyla) söyleşi yapmayı kabul ettiğinde, kendisine, muhtemelen meslekî yaşamından bir kesit yakalanmışçasına çalışma ekipmanına işaret eder şekilde poz verdirilecektir: Mikroskopa bakaırken, tahtaya formül yazarken, test tüpünü ışığa tutarken veya fosil parçalarını düzenlerken. Böylelikle mesleğinin somut araçlarını bir an için dramaturjik ekipmana, kendisini de sabit ifadelerin pandomimcisine dönüştürerek kendi rolünden koparılmış bir pozu kabaca taklit eder. Üstelik gördüğümüz şey, ne bu bilim insanının laboratuvarına gizli kamera yerleştirilmiş olsaydı görebileceğimiz türden, hayatından gerçek bir sahnenin fotoğraflı kaydı ne de böyle bir fotoğraflı kaydın ustaca yapılmış taklididir. Aksine, burada tek gördüğümüz veya bildiğimiz bunun, neyin bir fotoğrafı renkli, çarpıcı kılacağına dair mefhuma ve bunun ardında neyin o belli mesleği “temsil etme”ye uygun uzlaşımı oluşturduğuna verilecek yanıtın sahnelenmiş olması hasebiyle, *yalnızca* fotoğrafa poz verme olduğudur.²⁵ Belli ki bütün bu durumlarda karşımıza çıkan, etolojik bakımdan modelin niyet teşhiri değil, daha ziyade modelin özdeşleştirilmeyi tercih ettiği faaliyet türüdür ki bu faaliyet, deyim yerindeyse, hayli çarpıcı aşamalarından birinin aktarılmasıyla sembolize edilmiştir.²⁶ Muhtemelen aslında olan biten, görevli fotoğrafçı-

25 Bu ikinci tespit ve atuf yapılmadan dâhil edilen diğer öneriler için John Carey'ye çok minnettarım.

26 Burada örnek olarak bilim insanlarının kullanılmasının nedeni bu tip

nın pozunu onaylamış olması, muhtemelen olacak olan da bilim insanının kısa bir süre sonra oradan ayrılan konuklarıyla karşılıklı hoşbeş yapacak olmasıdır —bu olaylar fotoğrafta kasten resmedilenden kökten farklı bir faaliyet sırasına aittir.

VIIO hâlde, fotoğraf makinesinin çektiği model ve sahne kaynaklarının düzenlenmesinin, yakalanmış sahneler haricinde, poz vermeyen dünyanınkinden sistematik olarak farklı olacağı nettir. Şimdi ise karşıt mesele ele alınmalı: Dünyanın hâlinin herhangi bir fotoğrafa aktarımı. Zira nakle-dilenle nakil arasında sistematik olarak korunan bir çeşit ilişki olmasaydı, fotoğraflarda gerçeklik temsiline —fotoğraf çerçevesine— ilişkin hiçbir dönüşümsel kod mevcut olamazdı. Ne var ki, aktarım meselesiyle ilgili olarak bazı ön tartışmalarının yapılması gerekir.

Fotoğraflar (tıpkı karakalem çizimler gibi) davranışsal pra-

saçmalıklara direneceklerinin düşünülmesidir. Haber dergilerinde ve yıllık şirket raporlarında yönetsel bir faaliyetle meşgulmüş gibi arz-ı endam eden ve o an verdikleri pozun aslında kendilerini tam da görevlerini yapmaktan alıkoymaktan başka bir işe yaramadığı, iş dünyasının liderleri arasından örnekler çok daha kolay bulunabilir. Hakikaten öyle görünüyor ki basın danışmanları/reklamcılar, hemen herkesi kendilerini ve mesleklerini taklit ederken kamuoyunun karşısında görünmeye ikna edebilirler. Bu, siyasetçilerin, selamlamalarında, vedalarında, baş sağlığı mesajlarında ve diğer yakınlık ritüellerinde başvurmaya hevesli oldukları ucuz bir numaradır. Kamuoyu, kişinin rolüne ilişkin derli toplu/genel bir fikir edinsin diye kişinin kendi faaliyetlerini yeniden çerçevelemeye hevesli olması sadece bugüne özgü bir olgu da değildir. Burjuva toplumunda, ellerinde kitap, bir hesap defteri, binici kırbağı veya gül tutarken tuvale aktarılmış ve bu türden yağlı boya portrelerde kendilerinin kalıcı teşhirini önemseyen kişiler hiç eksik olmamıştır; böylece kendilerini çalışma araçlarıyla bir çeşit mistik bir bağ içinde, başkalarının onları en iyi temsillerinde görmek isteyebilecekleri halde, onama ve tapınma nesnesine dönüşecek şekilde çerçeveletmişlerdir. Belki de bu tip bir kişisel tanıtıma duyulan hevesin öz-benlik için tamamen doğal olduğunun da görülmesi gerekir.

tikleri ve düzenlemeleri umumiyetle modellere gereğince poz verdirilmiş olması sayesinde *resmederler*. Fotoğrafların en iyi şekilde resmedebilecekleri pratik türleri, form bakımından ke-sinkes kodlanmış ve kısa menzilli objektifin zorlanmadan kapsayabileceği görsel alan içinde baştan sona bütünüyle temsil edilebilecek olanlardır.²⁷ Elbette sadece fotoğraflanabilir davranışsal pratiklere ilgi duyulması muhtemeldir çünkü düzenli olarak belli bazı toplumsal anlamlarla ilişkilendirilirler ve tam olarak resmedilebilen, kuşkusuz gösterge vasıtasının kendisidir, içerdiği anlam değil.

“Resmetme” [ya da illüstre etme] terimini kullanırken varoluşla ilgili herhangi bir imada bulunmuyorum; resmedilen bir pratik gerçekleşmiş olabilir ancak resmetmenin kendisi modellere değil de öznelere ait olduğundan böyle bir gerçekleştirmeye illa ki delalet etmez. O hâlde resmetmenin, bir kısmı net bir şekilde taklit içeren çeşitli temsil tarzları içinde bulunabileceğini düşünmek tamamen mantıklıdır. Örneğin, toplumumuzdaki yetişkin karşı cinsler arasındaki kişisel bağı kamusal alanda teşhir eden standart gösterge olan “kol kola girme/el ele tutuşma”; çizgi romanlarda, karikatürlerde, gerçekçi reklamlarda, “revaçta” olan ünlülerin haberlerde kullanılan fotoğraflarında, tiyatro sahnesinde bir çifti canlandıran iki oyuncunun jestlerinde, olağan yaşam sahnelerinden yakalanmış fotoğraflarda resmedilebilir. Daha da önemlisi, bu gayet farklı varoluş alanlarında betimlenen kol kola girmede ya da el ele tutuşmada sistematik biçimde herhangi bir fark tespit etmek de mümkün görünmez. Söz konusu teşhirin genel formu bu çerçevelerin herhangi birinde bütünüyle eksiksiz bir şekilde temsil edilebilir, ki çok sık da böyle olur.

Fotoğraflar, görsel olarak betimlenebilecek davranışsal

²⁷ Örneğin, dil çıkarmak: Smith, Chase ve Lieblich (1974).

pratik türlerine ilişkin belge veya *enstantane* kayıt sağlamak üzere de kullanılabilir. Enstantane kayıt, belli bir pratiğin bir örneğinin, fotoğraf çekimi vasıtasıyla *gerçekten* fotoğraflandığı gibi meydana geldiğine dair bir kanıttır (sadece resmetme, tek başına bir kanıt değildir). Böyle fotoğraflara *enstantaneleştirme* diyelim. Bir pratiğin enstantanesini kaydeden, yani o pratiği enstantaneleştiren bir fotoğrafın, mutlaka söz konusu pratiğin iyi bir örnekleme olduğu dikkat ediniz, ki bu başka pek çok kayıt türü için söylenemez. Üstelik fotoğrafların yalnızca hâlihazırda bilinen pratiklerin enstantane kayıtlarını sağlamak üzere kullanılmadıklarını, bunun yanısıra şimdiye kadar tanımlanmamış pratiklerden haberdar olmamıza yardımcı olmak üzere de kullanılabileceklerini gözden kaçırmayınız.

Şimdi sahnelerin fotoğraflanmasının yanısıra fotoğraflanmış sahnelerle de ilgileniliyorsa, o zaman, örnekleme ile enstantaneleştirme arasındaki fark karmaşıklaşabilir. Zira yalnızca davranışsal bir pratiği örnekleyen bir fotoğrafın, örneklenebilen pratiğin enstantane kaydını sağlamanın yanısıra bizzat bir enstantane de sağlaması gerekir. Üstelik aynı şey, örneklemenin kendisinden öteye geçilip *simgeleştirmeye* varıldığında da söylenebilir. Burada simgeleştirmeden kastedilen, gösterge ile anlam arasında gevşek, tamamıyla kodlandırılmamış (veya sabit ama tamamen geleneksel) bir bağa dayanarak, gerçeklerle doğrudan ilgisi olmayabilecek bir anlam çağrışımına yapılan atıftır. Damadın gelinin parmağına yüzük takarken çekilen, samimiyeti su götürmez bir düğün fotoğrafı, bir düğünün gerçekleşmiş olduğunu güvenilir bir şekilde kanıtlamanın yanısıra sonuçta bütünün simgesi olarak ve bunun ardında da nikâhla resmileştirilen, muhtemelen sevgi dolu ilişkinin simgesi olarak işlev gören törenin özel bir kesimini de temin eder. Ne var ki, aslında fotoğraflanan kesit, söz konusu düğünü formüle eden belli ritüel detayların sıralamasına veya bu münasebetle

tasdik edilen ilişkinin niteliğine dair bizzat herhangi bir kanıt sağlamaz. İfade edildiği hâliyle enstantaneleştirilebilecek (dolayısıyla resmedilmeye en uygun olan) şey, geleneksel yüzük ritüelinin asimetrisi, alyansların genel tasarımı ve bu törensel mücevherin takılması için uygun olduğu düşünülen parmağın seçimi gibi tâli meseleleri de içerir. Öte yandan, bu türden çağrışımsal bir fotoğraf, gerçekten basmakalıp simgeleştirmelerde daha kapsamlı toplumsal olayların ve ilişkilerin kullanıldığının bilfiil örneğidir.

Burada tanımlandıkları şekilleriyle resmetme, enstantane kaydı ve simgeleştirme arasındaki farklar fotoğraf analizini karmaşıklaştırmaktadır. Aslında işi daha da karmaşıklaştıran, “fotoğrafik yanılgılar”dır, yani gerçekliği temsil edilebilirlik ile, düşünsel geçerliği de genel/evrensel geçerlik ile karıştırmaya neden olan eğilimin bizzat kendisidir. Eylem hâlindeki kişilere ait yakalanmış bir fotoğraf –düğün gibi– belirli bir olayın kuvvetle muhtemel gerçekleştiğine dair ihtiyaç duyulan bütün kanıtları sunabilir. Ne var ki bu yeterlik, esasen, bu olayın detaylarını ve katılımcıların biyografisini bilenler içindir. Eğer toplumsal rutinler, geleneksel davranış kalıpları da içeriyorsa, o hâlde bir düğün fotoğrafının farklı bir anlamı da olmalıdır; örneğin alyansların takımı, geleneksel bir davranış kalıbına ilişkin bir enstantane kayıt sağlayabilir ancak bu pratiğin görüldüğü grupların toplumsal özellikleri ve bağlam çeşitliliğiyle ilgili pek az kanıt sunar –aslında bir kalıbın söz konusu olduğuna ilişkin neredeyse hiçbir kanıt da sunmaz. Bununla birlikte, bir şeyin fotoğrafının resmettiği özneye gerçekten ait olduğu tespit edildiğinde bunun, fotoğrafın tekilliğinin ötesinde, söz konusu olayın geçerliği, tipikliği, yaygınlığı, dağılımı üzerine de bir düşünceye sürüklememesi çok zordur. Buradaki paradoks, “küçük davranışlar”ın tek bir fotoğrafla tam anlamıyla enstantaneleştirilebilen şeyler olması ancak böyle bir

fotoğrafın aslında yalnızca olayın olabilirliğini tespit edebilir olmasıdır. (Lee Harvey Oswald'ın vurulurken çekilmiş fotoğrafı, tabancanın nasıl tutulmuş olduğunun ve daha da önemlisi Jack Ruby'nin bu bağlantıdaki suçunun dört dörtlük bir kanıtını sunar ancak bu fotoğraf yakın mesafeden ateş edilirken bir tabancanın genel olarak nasıl tutulabileceğine dair pek kanıt sunmaz.) Herhangi bir olayın *salt* vuku buluşunun –bu vuku buluşun *tipikliğinin* değil—, içerdiği tüm biyografik ve tarihsel unsurları doğrudan açığa vuran bir vuku buluş olmadığı, deyim yerindeyse, yalnızca kesitte fotoğraflanabilen bir vuku buluş olduğu da eklenmelidir ki bu an [kesit] olayın tamamına ilişkin çok yetersiz kanıtlar sunar.

VIII Şimdi aktarma meselesine dönelim. Fotoğraflanmış bir sahne ister yakalanmış, ister sahte isterse de farklı derecelerde gerçekçi bir şekilde kurgulanmış olsun, model, gerçek sahnelerindeki mevcut katılımcıların gözünde sağladığı şeyin bir parçasını izleyicilere de sağlamak suretiyle fotoğrafa kendisine ait unsurlar da katacaktır. Tıpkı bir tiyatro oyuncusunun (opera solistin aksine), gerçekten yeterliği olan dil dışında başka bir dilde rol almasının hemen hiç mümkün olmadığı gibi, profesyonel veya amatör modeller de en azından muazzam bir kılık değiştirme onlara ayak bağı olmayacaksa kendilerini fotoğrafik bir görüntü için tamamıyla dönüştüremezler. Kişisel kimlik hiç olmazsa teoride, fotoğraf çekiminin yapıldığı eşi benzeri bulunmayan ortam da sıklıkla (bizim tarafımızdan olmasa da manken ajansları, polis, modellerin akrabaları veya başkaları tarafından) tekrar teşhis edilebilir. Ne var ki, eğer konuyla ilgimiz bizzat kendisi fotoğrafta teşhis edilebildiği için Mabel Hala'nın fotoğrafına sevgiyle baktığımızdaki gibi ritüelistik değilse veya bir yetki belgesinin yetkilendirdiği

kişinin belgeyi sunan kişi olduğunu tespit ettiğimizdeki gibi yasal bir yönü bulunmuyorsa ya da daha önce çekilen portre fotoğraflarını sonrakilerle eşleştirdiğimizdeki gibi eğlenceli bir durum yoksa veyahut da sadece akademik bir ilgiye sahipsek, yani dünyanın hâliyle ilgili bir araştırma yapıyorsak, o zaman böylesi bir teşhis edilebilirlik merkezî olmaktan çıkar.

Başka meseleler daha önemli olacaktır. Hepimiz toplumumuzda sahnelerin yorumlanabilmesini mümkün kılacak şekilde, toplumsal durumlarda sözcük kullanmaksızın başkaları karşısında kendi koreografimizi yaparak bir nebze ortak duruş, pozisyon, bakış dili kullanmak üzere eğitilmişizdir. Fotoğraflanacak sahnelerin oluşturulması ve poz vermede otomatik olarak kullanmaya devam ettiğimiz bu dilin bir kısmı, elbette, fotoğraf makinesinin toplu simgeleştirme kapasitesi için içine girdiğinde haliyle karmaşılaşır.

Ancak bu, işin sadece başlangıcıdır zira nasıl poz verilmiş olursa olsun ve fotoğraf ne kadar “yapay” olursa olsun, gerçek şeylerin enstantanelerini kaydeden unsurları içermesi muhtemeldir. Bir portre fotoğrafının arka planında resmedilen sahne boyanmış bir hayal ürünü olabilir ama öznenin oturduğu sandalye yeteri kadar gerçektir ve fotoğrafa değil gerçek bir sandalye türüne denk düşer. (Araştırmacılar sandalyeye gerçek denebilecek anlamı sorgularlar ama buradaki mesele o tip bir şüphe değildir zira bu soruya ne şekilde yanıt verilirse verilsin sandalye fotoğrafının, bizzat sandalyenin kendisinden esasen apayrı olduğu gerçeği değişmez.) Önemli bir etkinlikte giyilen kıyafetler genellikle en şık olanlardır ki kimi zaman giyenin kendisini “yapmacık” hissetmesine neden olurlar ancak aynı kıyafetin giyileceği gerçek törensel durumların da olması elbette gayet mümkündür; buradaki kısıtlayıcı durum gelinliktir zira aynı ve (çoğunlukla) tek bir önemli etkinlikte giyilir ve fo-

toğraflanabilir. Oturarak çekilen özel bir portre fotoğrafındaki kadın modelin bacaklarını idare etme biçimi kimi zaman fotoğrafçının yardımıyla çok prova edilmiş bir görüntü verebilir, ancak bu ikilinin görünüşe göre bu yapay şekilde elde etmeye çalıştıkları, modelin bir partide otururken karşındakilerle yüz yüze durumda elde etmeye çalıştığı duruşun tıpatıp aynı da olabilir; o hâlde öğrenilen, modelin genel olarak önden görünüşü açısından kendisini nasıl bir koreografi içine sokabileceğidir, özel olarak objektifin görüşü açısından değil. Aynı şey Batılı erkeklerin oturma pozisyonunda kasıklarını kapatma pratiği için de söylenebilir. Batılı olmayan kültürlerden gelen erkek öznelerin portrelerde bu korumacılığı sergilememeleri onların fotoğraflarıyla bizimkiler arasında özgül bir fark olduğunu değil, salt olumsal bir fark olduğunu gösterir ki bu da doğrudan bakışa maruz bırakıldığında daha genel bir davranış meselesine özgüdür ve salt öznelerle değil modellerle ilgilidir. Bir gece klübünün arka masalarındaki film yıldızı adayı bir çift, fotoğrafçı gördükleri için suratlarını aniden aslen fotoğraflarda görülen stilize bir şekilde buruşturduklarında, fotoğraflarda mesafelerin, özellikle de derinliğin ölçülmesi kuşkusuz zor olsa da, bacakları arasındaki mesafe salt yapmacık olanlardakini değil, yapmacık olmayan sahnelerdeki mesafe pratiklerini de yansıtabilir. Ayrıca her ikisinin fotoğraftaki diğer öznelere göre mesafelerini ve bedenlerinin duruşunu inceleyerek, sonuçta muhtemelen gayet haklı bir şekilde bir “birlikte”lik oluşturduklarına kesin gözüyle bakarız, ki burada da canlı sahnelerin hakiki katılımcıları olarak işlev gördüklerinde otomatik olarak kullanacağımız aynı ipuçlarından yola çıkarak bu sonuca ulaşırız.

IX Fotoğrafların portre veya sahne olarak düzenlenebileceğini düşünürsek (ve eğer ikincisi yakalanmış, sahte veya bir dereceye kadar gerçekçi olabiliyorsa) ve örneklemeyele enstantaneleştirme arasındaki farkla birlikte en iyi ihtimalle araç ile gösterge arasındaki bütünüyle geleneksel ilişkiyi sağlayarak her ikisinin çağrıştırmacı simgeleştirmelere olan karşılığını göz önüne alırsak ve ayrıca dünyanın doğasının yanısıra fotoğrafların doğasıyla da ilgilenilebileceği dikkate alındığında; fotoğrafın akademik çalışma nesnesi olarak nasıl heterojen olabileceği görülmeye başlanabilir.

Fotoğraflara, birtakım özel sahne prodüksiyonu kurallarının yanısıra belli konulara has fotoğraf gelenekleri de içkindir. Örneğin, portre fotoğrafçıları, faniler dünyasında bulunanlardan daha düzgün ciltli insanlar yaratarak fotoğraflarda görünen öznelerin ciltlerini iyileştirmek için negatifler veya baskılar üzerinde rutin olarak oynama yaparlar. Reklamlarda kumral kadınlara sarışın kadınlardan bir nebze farklı stil verme eğilimi mevcuttur, ki bu da hayatın değil fotoğrafların bir özelliğidir.²⁸

Aile üyelerinin, birbirlerinin fotoğrafını çektikleri ortamlar bu amaçla üretilmemiş olup sadece bir dekor da değildir, ancak amatör filmlerde kullanılan gerçek ortamlarda olduğu gibi,²⁹ kullanılan sahneler ailenin kullandığı bütün ortamlardan rastgele seçilmiş de değildir; yalnızca, ailenin doğal çevresine dair genel bir izlenim yaratma etkisine sahip olabilirler. Ticari sahnelerin çoğunda görülen pahalı fonlar gerçek dünyada da bulunabilirler ama yalnızca çok az yerde. (Bu yerler bir kez film veya reklam fonu olarak kiralandıklarında veya bağışlandıklarında, izleyicinin görsel erişimi bulunan bir dünyanın adeta başka bir unsuru hâline gelebilirler; gerçektışı bir şekilde tanıdık olabilirler.) Ticari pozlar içeren sahneler-

²⁸ Millum'da (1975: 142) ileri sürülmüştür.

²⁹ Bkz. Chalfen (1975: 96).

de gösterilen kadınların, şık mekânların gerçek sahnelerinin çoğunda bulunan kadınlardan daha düzgün dişleri vardır ve onlardan daha zayıf, daha genç, daha uzun, daha sarışın ve “daha güzel”dirler. Buna karşılık, Amerikan reklamlarındaki kadınların bacaklarında veya koltuk altlarında kıl olmamasının Amerika’da kadınlar arasında yaygın olan traş etme pratiğini doğrudan yansıttığı düşünülebilir. (Fransız reklamlarında görülen kılsız bacaklar ve kol altları ise kameranın ötesindeki görünümünün kanıtı olarak benzer bir şekilde değerlendirilemez zira Amerika’daki depilasyon pratikleri Fransa’da şimdiye dek en fazla ticari dünyayı etkilemiş durumdadır.) Son olarak, Amerikan reklamlarında erkek özneleri kadın öznelerden ayıran saç modeli, makyaj ve kıyafet kalıplarındaki genel farklılık, erkeklerin bütün Batılılaşmış ülkelerde hem reklamlarda hem de kurgulanmamış sahnelerdeki poz verme biçimlerinde kadınlardan nasıl ayrıldıkları noktasında da genel olarak geçerlidir. Ki buna, ticari sahnelerde sıradan olup hayatta nadir olan şeylerin aynı zamanda pek çok gerçek insanın ideallerinin ve fantezilerinin sıradan bir parçası olabileceği de eklenmelidir.

Özetle, ticari pozlar içeren sahnelerle canlı olanlar arasında hemen her türlü aktarım ve hemen her türlü uyumsuzluk bulunur. Meseleler de hiçbir şekilde sabit değildir. Koreografisi ticari olarak yapılmış sahnelerin tipik bir özelliği ortaya çıktığı ve duyurulduğu anda, reklamcılar bilinçli bir şekilde tam tersi bir politika izlemeye veya eskisinin dalga geçilen versiyonlarını sunmaya meylederler. Bununla beraber, herhangi bir sanat analizi, bir dizi fotoğrafla başlayıp kurgulanmamış sahnelerin öngörülme-ye-ye özelliklerine, hakkında yazması zor ama resmetmesi kolay temaların temsillerine veya fotoğrafla yaşam arasındaki yeni farklılıkların örneklemelerine ilişkin önerilerle sonuçlanacaktır. Keşif meselesinin de baştan sona kanıt meselesinden geçici olarak ayrı tutulması gerektiğini düşünüyo-

rum. Pek çok canlı sahne (veya pek çok fotoğraflanan sahne) için yapılan düzenlemeler bir örnekte açığa çıkarılmaya hazır beklerken, kendilerinin fiili dağılımlarıyla ilgili doğrudan kanıt sunmaz.

XSon olarak, ticari gerçekçilik kavramını tekrar gözden geçirmenin yanı sıra bir de “sahne” fikrine tekrar bakalım.

Öncelikle reklamlardaki bütün sahnelerin paylaşabileceği ve varsayabileceği organizasyonel kısıtları ve bu kısıtlamalar karşısında, birlikte ele alındıklarında (ama ille de öyle olmak zorunda olmayan) birtakım esneklikleri; kısacası, her bir reklamdaki dramanın enstantaneden başka bir şey olmadığı varoluş alanını göz önüne alınız.

Reklamlarda neler olup bittiğiyle gerçek hayatta neler olup bittiğini karşılaştırıp –yorumcuların âdeti olduğu üzere— reklamların gerçeğin süslenip püslenmiş bir versiyonunu sunduğu sonucuna ulaşmak kolaydır ancak bu bize reklam dünyasının yapısı, yani reklamın nasıl oluşturulduğu hakkında herhangi bir bilgi vermez. Dolayısıyla ticari gerçekçiliği (tiyatro, karikatür, roman, vb. ile birlikte) başka bir hayal ürünü alanı teşkil eder şekilde görmek ve bütün bu kurgu alanlarını gerçeklikle karşılaştırmak da çok kolaydır. Fakat kanımca, bu karşılaştırma ne kadar öğretici olursa olsun asıl meseleyi ıskalar. Zira böyle bir karşılaştırmanın yapılması gerektiği hâlde ondan önce gelmesi gereken başka bir karşılaştırma daha vardır. Ticari gerçekçiliği açıklamaya, *ister canlı ister kurgusal olsun*, “sahne” fikriyle başlanması gerekir ve ancak çeşitli “sahne düzenlemeleri” birbiriyle karşılaştırıldıktan sonra fotoğraflarda ticari olarak betimlenen çeşitlilik, daha canlı ya da kurgulanmamış olanlarla karşılaştırılmaya başlanabilir kanısındayım.

“Sahne” teriminin kendisi de tamamıyla yerinde bir terim değildir. Orman veya ufuk hattı gibi görece değişmeyen bir şeyin fiili manzarasına veya manzaranın fotoğrafına, bir oyun veya roman yazarının kurguladığı aksiyonun genel bağlamı olarak belirlemek isteyebileceği herhangi bir arka plan veya fonda olduğu gibi, ne kadar hareketli olursa olsun, sahne denir. Tiyatro oyunlarındaki perdenin bir bölümüne de sahne denir, ki perdelerde birden ona kadar pek çok sahne olabilir ve bunların her biri aynı yerde devam eden bir aksiyon sunarlar. İlgili kişiler arasında, etraftan aleni biçimde tanık olunabilecek şekilde gerçekleşen tartışmalara da sahne denir. Bunun ayrıca, bir bireyin yapabileceği, beğenebileceği veya hoşlanmayabileceği bir şeye işaret eden mevcut konuşma dilinde de kullanımı vardır. Bu çalışmanın ilgilendiği sahneler ise farklı bir tarzdadır.

Gerçek yaşamın olağan akışında, başkalarına yönelik anlık algı sekanslarına girer çıkarız. İnsanlar bizim yanıımızdan geçip giderken de aynı şekilde anlık bir görüş olanağı ortaya çıkar. Bu, büyük kent şartlarında, isim veya görünüş yoluyla biyografik olarak teşhis edemeyeceğimiz kişilerin anlık seyircileri olacağımız, yani yabancıların hareket tarzlarına gözümüzün ilişeceği anlamına gelir. Çeşitli davranışsal ortamların bilindik yapıları ve benlik sunumu geleneklerinden dolayı bu yabancıların toplumsal kimlikleri (yaş, cinsiyet, ırk, sınıf, vb.), birbirleriyle kişisel ilişkileri, duygu durumları ve o an yaptıkları hakkında bazı çıkarımlar yapabiliriz ki bu sonuncular tipiklik içerir ve geniş bir çerçevede sınıflandırılmıştır.

Gün boyu elde ettiğimiz, yabancıların davranış tarzlarına ilişkin görüşlerimizin toplamı şöyle bir bakıp geçiverdiğimiz dünyamızı oluşturur. Bu esasen pek de kişisel olmayan bir dünya değildir. Aksine budanmıştır, neredeyse her şeyin geniş kategorilere yerleştirilebildiği bir dünyadır. Genellikle, yanla-

rından geçerken göz ucuyla belli belirsiz fark ettiğimiz kişilerin hayatlarıyla ilgili ayrıntılardan yoksun olup onların ne olduklarına ve ne yaptıklarına dair uzun erimli bir bakış açısından yoksunuzdur. (Biz yabancılar, ne geçen hafta Jean'ın partisinde kaybolan broşun yerine yenisini almak için mağazaları gezerek John ile Mary'yi görürüz ne de aslında yeni Fellini filmine gitmeden önce zaman geçirmek zorunda olmalarından dolayı işi görünürde ağırdan aldıklarını fark ederiz. Biz sadece, mücevherlere bakan orta sınıf genç bir çift görürüz.) O hâlde bir dünyaya gözümüzün ucuyla bakmanın, şu veya bu şekilde bizim için tasarlanmamış bir şeyleri ifşa eden samimi bir drama ya rastlamak anlamına gelmediğine dikkat ediniz. Göz ucuyla bakış, bütünün şu veya bu şekilde bozulmuş, tahrif edilmiş, eksik bir parçasını, yeni bir ayrıntıyı ekleyerek veya yorum becerileri kullanarak hemen asıl şekline döndürülebilecek bir şeyi elde etmek için de değildir. Bizler, sanki kısmen deşifre edilmiş bir metinden yola çıkmak zorunda olan, başından beri orada olan bir şeyi çözdüğümüzde elde edeceğimiz başarı ihtimaliyle avunabilecek kriptograflar değiliz. Ne de hastanın rahatsızlığının ana özelliğini stetoskoptan gelen sesleri yorumlayan kardiyologlarız. Bizi çevreleyen dünyaya gözümüzün ucuyla bakmak, daha ziyade, sıkça yapılan ve tekrarlanan bir faaliyete upuygun bir dizi kategori kullanmaktır. Üstelik bu kategoriler ne kabataslaktır ne de basittir. Ayrıca, gözümüzün iliştiği insanların onları tam olarak nasıl okuyabileceğimizden haberdar olmaları gayet mümkündür ve kendilerinden beklenen sunumlara uymak ve bu davranışsal yönergeleri, her türden tasarımları ve niyetleri için bir kılıf olarak kullanmak kaygılarının bir parçası olacaktır. Öyle ki, elde edebileceğimiz türden hiçbir ek bilgi bizi, dikkat nesnelerimizin kendi icraatleriyle ilgili sahip oldukları özel bakışa muhtemelen götüremeyecektir. Şüphesiz, yabancı olarak birilerinin yanından geçerken öy-

lesine attığımız bir bakış ile bir faaliyetin katılımcılarının ilgili bakışları çekişmek zorunda değildir ancak şurası da açıktır ki bizim kaygılarımızla onlarınki kaçınılmaz olarak hayli farklı olacaktır. Öyle ki, kişilerin olağan kamusal davranışlarının bizim nezdimizde imlediği dünya ile, kişilerin kendilerinin bu kamusal izlekleri takip ederek bir noktadan diğerine hareketlerinde içinde bulundukları dünya çok farklı olacaktır.

Bununla birlikte, gündelik yaşamın akışında, gözümüzün iliştiği diğer insanlarla aslen başka dünyalarda yaşamamıza karşın, yine bu insanlarla, kurulan ilişki ne kadar benzersiz olursa olsun, uzun erimli ve tekrarlayan davranış biçimleri dünyasında buluşuruz. Bir tiyatro oyununun veya hatta bir karikatürün karakterlerinin, ne kadar hayal ürünü olurlarsa olsunlar, hayatlarına anlık bir bakışın oldukça ötesinde bir şeyler sunduklarına dikkat ediniz. Zira bize kahramanlarla ilgili kayda değer ölçüde kişisel bilgi verilir ve böylece, gözümüzün iliştiği çeşitli noktalar arasında bağlantılar kurabiliriz. Bunun sonucunda da normalde yabancıların hayatlarına dair, sıradan bir karşılaşmada öylesine edinebileceğimiz bir bilgi ya da izlenimden daha fazlasını elde ederek, söz konusu karakterlerin davranış biçimlerine daha ayrıntılı ve zamansal açıdan da daha derinlikli biçimde nüfuz edebiliriz.

O hâlde, ticari gerçekçilik (belli bazı karikatürlerin ve başka çizimlerin yanı sıra) bize etrafındaki herkese yabancı olan birinin gerçekten içerisinde yaşadığı evrenle aynı türden bir şey sağlar. Bu evren başkalarının anlamlı bakışlarıyla doludur ancak her bir bakış bahsedilen biçimlerde budanmış ve soyuttur.

Canlı sahnelerle reklamlarda resmedilenler arasındaki önemli benzerliklere böylece dikkat çekildiğine göre, şimdi de farklılıklara bakılabilir. Tekrar edecek olursak: Anlık ger-

çek hayat görüntüleri (tıpkı yakalanmış fotoğrafları gibi) bize kendilerini resmeden modeller sağlarken ticari gerçekçilik sağlamaz –karikatürlerde ve başka çizimlerde model bile kullanılmayabilir. Yine de ticari gerçekçiliğin gerçek anlık görüntülerden daha dolu ve daha zengin bir şey sağladığı biçimler vardır. İlkın, reklamlar (karikatürler ve diğer kısa çizgi romanların yanısıra), canlı sahnelerin yetersiz kalabildiği durumlarda, birtakım meselelerle ilgili olarak herhangi bir belirsizliğe yer vermemek üzere kasten tasarlanmışlardır. İkincisi, fotoğrafı çekilmek üzere kurgulanmış sahneler (tıpkı karikatürlerde çizilenler gibi), fotoğrafçının seçtiği herhangi bir açıdan çekilebilirler; bu, canlı bir sahneyi doğrudan izleyen bir kişinin sahip olamayacağı bir imtiyazdır. Son olarak, röntgencilik faaliyetini dışarıda bırakırsak, gerçek bir kişi, hangi açıdan olursa olsun, anlık olarak görmesine izin verilebilecek canlı sahne çeşitleri bakımından önemli ölçüde kısıtlanmış durumdadır zira bir yerdeki varlığı daima toplumsal onay gerektirir. Ne var ki reklamı yapılan dünyalarda ise hemen her şeye göz atabiliriz. Ticari gerçekçiliğin gerçek hayata göre sahip olduğu bu dramaturjik avantajlara başka kurgusal alanların da sahip olduğuna dikkat ediniz.

Sonuç: Reklamcının kendi seçtiği ve aslına uygun bir sahne yaratmak üzere kullandığı belli model ve araçları kullanmadaki sihirli becerisi esasen ticari fotoğrafçılık sanatı ve teknolojiyle ilişkili değildir. Bu öncelikle, yabancılara başkalarının hayatlarına göz ucuyla bakma iznini veren toplumsal yaşamdaki kurumsallaşmış düzenlemelere ve hepimizin, gerçek dünyayla başederken, kurgusal olanına her an geçmeye dünden razı olmamıza bağlıdır.

KAYNAKÇA

Barthes, Roland

1972 *Mythologies*. Annette Lavers, trans. New York: Hill and Wang.

Berger, John

1975 *Ways of Seeing*. London: Pelican.

Carey, John

1976 *A Micro-Frame Analysis of the On-Camera/On-Mike Paralinguistic Behavior of Three Presidential Candidates*. Ph.D. dissertation, Annenberg School of Communications, University of Pennsylvania.

Chalfen, Richard

1975 "Cinéma Naïveté: A Study of Home Moviemaking as Visual Communication". *Studies in the Anthropology of Visual Communication* 2:87-103.

Fresnault-Deruelle, Pierre

1975a "La couleur et l'espace dans les comics". *Documents de travail* #40, Series F Centro Internazionale di Semiotica e di Linguistica, Università di Urbino d'Italia.

1975b "L'espace interpersonnel dans les comics". In *Semiologie de la représentation*. André Helbo. Ed. Pp. 129-150. Brussels: Editions Complexe.

1976 "Du linéaire au tabulaire". *Communications* 24:7-21.

Goffman, Erving

1967 *Interaction Ritual*. New York: Anchor.

1974 *Frame Analysis*. New York: Harper and Row.

Goodman, Nelson

1968 *Languages of Art*. New York: Bobbs-Merrill.

Lesy, Michael

1973 *Wisconsin Death Trip*. New York: Pantheon.

Livingston, Victor

1976 "Are the Nuns in This Ad What They Appear to Be?" *The Evening Bulletin* (Philadelphia), March 11.

Millum, Trevor

1975 *Images of Women: Advertising in Women's Magazines*. London: Chatto and Windus.

Smith, W. John, Julia Case ve Anna Katz Lieblich

1974 "Tongue Showing: A Facial Display of Humans and Other Primate Species". *Semiotica* 11 (3):201-246.

Van Dormael, Monique

1974 *The Photoroman Frame*. Unpublished Paper, University of Pennsylvania.

TOPLUMSAL CİNSİYETÇİ REKLAMLAR

IBu bölümde insan öznelere içeren reklamlarda kullanılan bazı ticari fotoğraflara yer verilmiştir. İlaveten, “gerçek” insanların, başka bir deyişle, kendi sıfatlarıyla fotoğrafları çekilen modellerin haber çekimlerinden de faydalanılmıştır. Yazılı basında fotoğrafı görülen herkesin buna rızası olduğunu ve dolayısıyla kişilerin, en azından hayatta olanların, evde sergilenmek üzere çekilen fotoğraflarla ilgili olarak da bu materyalleri kamusal alana koyduğunu tahmin ediyorum. Burada kopyaları sunulan fotoğraflar el altında olan –en azından benim elim altında– gazete ve mevcut popüler dergilerden kendi tasarrufumda seçilmiştir.¹ Fotoğraflar dizilere uygun olacak şekilde seçilmiş olup, her bir dizi başta dişi cinsiyet olmak üzere toplumsal cinsiyeti ilgilendiren ayrı bir temanın teşhiri veya tasvirini sağlayacak şekilde ayrılmış ve kendi içinde aynı amaçla düzenlenmiştir. Her fotoğraf dizisine kısa yorumlar eklenmiştir.

IIÖncelikle fotoğrafların bir toplumsal çözümlemede nasıl kullanılabilecekleri ve kullanılamayacaklarına dair bazı yorumlar sunmak istiyorum. Fotoğraflar yoluyla tasvir edilebilen temaların çok karışık bir ontolojik konumu olduğunu ve bu temalarda temsil edilen gerçeklik düzeniyle ilgili herhangi

1 Ayrıca araştırmacı dostumuz Michi Ishida'nın elinin altındakilerden.

bir yasalaştırma girişiminin muhtemelen iyimser olacağını öne sürüyorum.

(1) Ticari fotoğrafları inceleyen bir araştırmacı, bir derginin belli bir sayısından veya tanımlı bir yayım döneminden veya belirli bir dergi listesinden rastgele bir örnek seçebilir ve başka sayıları, dönemleri veya dergileri; hatta gerçek hayat şöyle dursun, gazete, kartpostal ve benzeri gibi başka fotoğraf kaynaklarını yok sayabilir. O hâlde, belirlenebilir bir temsil edilebilirlik bir fotoğraf derlemesi için yeterli koşulu oluşturur² –ancak burada çözümleyeceğimiz fotoğraflar bu koşulu sağlamaktan uzaktır. (Elbette sistematik örnekleme dayalı bulgular ağırlıklarını, çok sıklıkla, okurun bulguları işaret edilen evrenlerin de ötesine genelleyebileceğine duyulan güvenden alır. Bunun istatistiki olarak tespit edilmesi başka bir çalışma yapılmasını gerektirir. Ancak böyle bir çalışmanın kendisi de yine daha geniş bir aşırı genellemeye yol açacaktır ama bu da başka bir meseledir.) Bu tip bir temsiliyetin böylesi fotoğraflara özgü olduğunu söyleyebiliriz. Bunun haricinde bu türden bir temsiliyetin, bize büyük çoğunlukla bilmek istediklerimizi, yani gerçek hayat fotoğraflarının hangi yönlerinin bize hayatın aslına uygun bir imgesini sağladığını ve ticari fotoğrafçılığın, resmettiği varsayılan hayat üzerinde ne gibi bir toplumsal etki-de bulunduğunu anlatmadığına dikkat ediniz –burada mahsus seçilerek sunulan fotoğraflar için de aynı kısıtlama geçerlidir.

(2) Bir temayı (“toplumsal cinsiyetçilik”) oluşturacak ve sunacak şekilde hangi fotoğrafları seçebileceğime ve biraraya getirebileceğime veya belirli bir seri içindeki fotoğrafları hangi şekilde düzenleyebileceğime dair pek kısıtlama olmadığı için, az sayıda fotoğrafta ortak gibi görünen noktalardan hareketle, neyi istersem onu ispat etmekte beni hiçbir şeyin engelle-

² Yakın zamanlı bir örnek için bkz. Robinson (1976).

mediği düşünülebilir. Bu noktada başarılı olmak için, birazcık sapkınlık ve zeka kıvraklığı ile, arasından seçilecek büyük bir fotoğraf yığınının fazlası gerekmiyor. Bu malzeme yığını ne kadar geniş olursa, analizi yapanın bir fotoğrafta bulduğunu sandığı veya ne olursa olsun betimlemeyi isteyeceği teyit edici örnekleri bulması o kadar rahat olur –bu da veri miktarı artarken, temsiliyet seviyesinin düşmesine örnek teşkil eden bir durumdur. Dolayısıyla bir temanın etkili bir şekilde çözümlenmesi, örneklenmesi kendi başına fotoğraflarda veya tabii ki dünyada ne bulunduğuyula ilgili hiçbir şey kanıtlamaz. Nitekim benim kullandığım yöntemle benzer bir şey, komik kitapçıklar hazırlayanlar tarafından da kullanılmaktadır. Aynı şekilde, buna yakın bir yöntem, ünlülerin el kol hareketlerini içeren fotoğrafları, görünüşe göre benzer şekilde nitelendirilebilecek bir duruş sergileyen hayvanların ya da bitkilerin fotoğraflarıyla eşleştiren veya bunlara düşünce ve açıklama balonları ekleyen muzip mizahçılar tarafından da kullanılmaktadır ki bu türden çalışmalar, baş karakterlere ağır küfürlü yanıtlar verdirerek durumu gerçek hayatta hiç olmadığı gibi tarif etmek üzere formüle edilmişlerdir.

(3) Burada incelemek istediğim meseleler birbiriyle karıştırılmaması gereken, birbirinden ayrı ve genel yöntemle dair üç konuyu gündeme getiriyor: Keşif, sunum ve kanıt. Burada yalnızca ilk ikisi üzerine görüş bildireceğim zira fotoğraflarla çalışmanın çok özel avantajlarını, büyük bir zahmete girmeksizin, kullanabilme imkânı sağlıyorlar; bu avantajlar şunlar:

(i) Eylemlerin toplumsal içerikleri veya anlamları muğlak olabilse de, somut görünüşleri ya da biçimleri aşağı yukarı iyi kodlanmış ve kısa bir sürede, dar bir alan içinde baştan sona bir bütün olarak fark edilebilen – ve “küçük davranışlar” denebilecek – bir davranış pratiği sınıfı da vardır. Bu davranış-

sal olaylar kaydedilebilir ve görüntüleri, video ya da kamera ile tekrar izlenebilir. (Fotoğraf karesinin aksine video kaydı ve film, söz konusu faaliyetin gerçek enstantanesinden geri alınabilir bir görüntü sağlamakla kalmaz, bu kayıtların kayda değer bir derlemesini de sunar. Daha da önemlisi, çok küçük davranışların ses ve görüntü kayıtları mikro-işlevsel bir çalışmaya, yani ondan önce gelen, aynı zamanda gerçekleşen ve ardından gelen akışta ufacık bir davranışın rolünü incelemeye de olanak sağlar. Çalışma konusu ile kayıt teknolojisinin bu karşılaşması mikroanaliz için pratik bir temel oluşturarak araştırmacıyı elindeki veriyle yepyeni bir ilişki içine sokar. Bu özel araştırma durumu; haber belgelemek, topluluğa belli bir tutumu kazandırmak, bir ilişkinin sınırlarını çizmek, bir ulusun tarihini anlatmak veya anlamı sabit bir fiziksel forma bağlı olmayan başka herhangi bir hususta kayıt teknolojisi kullanımıyla karıştırılmamalıdır.

(ii) Herhangi bir kaynaktan slayt fotoğraf çoğaltmak artık ucuz ve kolaydır. Bu türden bir materyal kolaylıkla kesip kırmaya, çeşitli düzenlemeler yapmaya, deneme yanılma oyunlarına, kriptografi ile yapboz arasında bir şeye olanak sağlarken, ister sırf ilüstrasyon isterse de gerçek enstantane kaydı için olsun, hem birtakım örüntüleri ortaya çıkarmaya hem de örnek işlevi görmeye olağanüstü yardımcı olur.

(iii) Araştırmacı, gözün geniş toplumsal yeterliği ile izleyicilerin vardığı etkileyici mutabakattan faydalanabilir. Böylelikle, bir edebiyatçının sadece sözcüklere başvurarak aktarmayacağı davranışsal biçimlenimleri açık bir şekilde masaya yatırabilir. Burada araştırmacının sözel yorumları, söz konusu meselenin kapsamlı bir yorumlaması olarak iş görmek yerine gözü görülecek olana yöneltme aracı olarak iş görebilir. Eğer böyleyse, “salt öznel bir tepki” eleştirisinden neden çekinildiği

anlaşılabilir zira “laf salatası” olarak görülmesinden korkarak araştırma yapmaktan sakındığımız şeylerin en azından bir kısmı aslında özgün bir gerçekliğe sahiptir ve tam olarak algılanmaya elverişlidir. Laf salatası yapma, kişinin edebi yetersizliğinin ayırt edici bir özelliğidir, elindeki verinin değil.³

(iv) Ortak bir temaya ilişkin (ister illüstrasyon ister enstantane bir kayıt olsun) örnek fotoğraflardan oluşan bir dizi, söz konusu örüntülerin izleyici açısından net biçimde anlaşılmasını güvence altına almak için sıradan bir araçtan daha fazlasını sağlar. Ayrıca, örneklemelere ilişkin geleneksel kavrayışlardan farklı olarak, dizinin boyutu da bir örneklemde ve (buna bağlı olarak) örneklenen evrende belli bir durum türünün ne kadar yaygın olduğunu göstermekle ilgilenmez. İşin içinde başka bir iş vardır. Tek bir temanın farklı fotoğraf(lı) örnekleri, aynı tasarımı sergilerken dahi şimdiye dek fark edilmemiş uyumsuzlukları vurgulayarak aynı dizilime farklı bağlamsal arka planlar getirir. Belli belirsiz bir yapının mevcudiyetine ilişkin bir sezgiyi, yüzeysel farklılıkların altında yatan tek bir düzen hissini doğuran, bu bağlamsal farklılıkların derinliği ve genişliğidir. Geleneksel yöntemlerde aynı şeyin örneği sayılacak öğeler arasındaki farklar sorun kaynağıyken ve aralarındaki fark derecesi

3 Gözün yanı sıra kulak da etkili bir yeterlik sağlar ve sesbilimciler (son zamanlarda konuşma çözümlemesine ilgi duyanlar da dâhil) burada bir taraftan sıradan yazım kurallarının kısıtlarından kurtulup diğer yandan kâğıda dökülebilen bir çeşit nota sistemi formüle etmek üzere büyük bir çaba göstermişler, böylece, sesler ile basılı olan arasında bir köprü kurmuşlardır. Yetkin araştırmacıların verili bir ses yığınının transkripsiyonunu aynı şekilde üretebilmelerine karşın; sorun, ürettikleri formülasyonun, önemli ölçüde farklı olarak duyacakları ifadeler için de aynı şekilde geçerli olacak olmasıdır. Bir dilbilimciye dinlemesi için bir kayıt verildiğinde yapacağı transkripsiyon, kulağın dikkatini belli bir sese yönlendirmek için çok yerinde bir araç olarak iş görebilir ve bununla kulağın tam yeterliğinden faydalanılabilir. Ancak kaydı olmayan yazılı transkripsiyonlarla çok fazla ileri gidemez. Teyp veya ses kayıtlarının yazıya dökülüp çözümlenmesi ise çok daha büyük sorunlar getirir.

de öyleyken, örüntülerin fotoğraflı analizinde durum tam tersidir; analiz, bütünüyle bu görünür farkların bir araya getirilmesinden ibarettir. Nitekim reklamcı, analizi fiilen geriye doğru yaptığında bile öğrenilecek bir şey vardır, yani aynı modeller ve aynı pazarlama sloganıyla başlar ve daha sonra bunlar için araç olarak olası farklı sahneler arar –bütün bunları tekrar ve yeniliği harmanlayarak ürüne ilgi çekme umuduyla yapar. Zira belirlenen bir temada kasten değişiklik yapmaya soyunan bir reklamcının, her şeye karşın, uygunluk, anlaşılabilirlik ve benzeri sahne prodüksiyonu şartlarını yerine getirmesi gerekir, dolayısıyla farklı bileşenlerin aynı temayı “ifade etmek” üzere tasarlanabileceğini ve bunun ne şekilde yapılabileceğini ister istemez ortaya koymuş olur. Burada söz konusu olan, altta yatan ortak bir örüntüyü sergileyecek şekilde farklı reklamların nasıl aynı noktada buluşabileceğine dair tam anlamıyla bir sezidir. Araştırmacının tam olarak yaptığı ise, reklamlara örtük biçimde yerleştirilmiş olanı, yani bu ortak kavrayış kategorisini açığa çıkarmaktır. Bununla birlikte, reklamcının, kullanacağı stereotipler için farklı ve uygun kostümleri bulmayı nasıl başardığı, istenen okumayı sağlamak üzere gerçek sahnelere ait malzemenin nasıl seçildiği ve şekillendirildiği hususunda yol göstericidir.

(4) Toplumsal cinsiyetle ilişkili rastgele seçmediğim fotoğraflar üç meselenin yeniden göz önüne alınmasını sağlayabilir: Gerçek hayatta bulunan toplumsal cinsiyete dayalı davranış biçimleri, reklamların bunların hangi çarpıtılmış görüntülerini sunabileceği ve fotoğraf karelerine has sahne prodüksiyonu kuralları. Temel olarak fiili toplumsal cinsiyet davranışlarıyla ilgileniyor olmama karşın fotoğraflara, çağrıştıracabilecekleri her türden hususla ilgili açıklayıcı metinler eşlik edecektir. Bununla birlikte, temelde tartışılacak olan, reklamcılarının kadınların fotoğraflarının kârlı bir şekilde nasıl kullanılabileceğine

dair kavrayışları olacaktır. İspatlanmamış genellemelerimde durumu kurtaran şey, toplumsal cinsiyetin gerçekte nasıl “sahnelendiği” değil, nasıl temsil edildiğidir.

(5) Genel olarak, ister yalnızca fotoğraflarda ister gerçek hayatta olsun, her iki cinsiyet için de geçerli olduğunu düşündüğüm ortak noktaları sergileyen fotoğrafları dikkate almadım. Yaygın ve iyi anlaşılmış olduğunu varsaydığım cinsiyet farklılıklarıyla ilgili fotoğrafları da dikkate almadım. Reklamlarda görülen büyük miktardaki —en azından bana göre— sıradanlıklar da bu nedenle oldukça az temsil edilmiş oldu. (Bu, her etnografik çalışmanın merkezinde yer alır. Kaydedilen şey, kişinin kendi dünyasından farklı olan ve yine kendi dünyasıyla beklenmedik benzerlikler içerendir.) Ne var ki bu kısıtlamalar göz önünde tutulmakla beraber, toplumsal cinsiyetçi kodların model işlevi gördüğü her yerde karşıma çıkan hemen hemen tüm cinsiyet rolü istisnaları ve tersine çevirmeleri de kullandım. Reklam sektörünün (ABD’de) New York’ta yoğunlaşmış olmasına ve modeller ile fotoğrafçıların hakikaten çok özel bir nüfus içinden seçilmiş olmalarına karşın, ürünlerinin izleyiciler tarafından olağan, “gayet doğal” bir şey olarak muamele gördüğü de eklenmelidir. Özetle, burada gösterilen fotoğraflar gerçek hayattaki toplumsal cinsiyet davranışlarını, hatta genel olarak reklamları veya özel olarak belli yayım kaynaklarını temsilen ele alınamaz. Bunlarla ilgili olarak muhtemelen şu türden bir ifade de bulunulabilir: *Fotoğraf olarak* olağandışı veya yapay olarak algılanmazlar. Ayrıca her tanıtım fotoğrafında olduğu üzere, cinsiyetleri yer değiştirmiş şekilde hayal ederek ve sonuçların nasıl göründüğünü hayal ederek stereotiplere yönelik farkındalık da yakalanabilir. Okuyucu bu yer değiştirme ödevini aklında tutarak kendi yorumlarını yapabilir ve benim yorumlarımın değerine ilişkin kendi yorumlarını da yapabilir.

(6) Bir ikaz daha. Reklamlar büyük bir çoğunlukla, anlatılan özne veya figürlerin, söz konusu faaliyet için poz veren profesyonel modellerden oldukça farklı olduğu hayali bir ürünü sunarlar. O hâlde, diyelim ki hemşirelerin reklamlarda nasıl sunulduklarıyla ilgili bir ifade, esasında, hemşire gibi giyinen modellerin nasıl fotoğraflandıklarını ve sunulduklarını anlatacaktır. (Gerçek bir hemşire, ücret karşılığında hemşirelikle ilgili bir reklamda poz vermeye veya faaliyet hâlindeyken “yakalanmış” bir fotoğrafının kullanılmasına ikna edilebilir ancak reklam ajansları genelde gerçek bir hastanedeki gerçek bir hemşirenin kendi türünün yeteri kadar tipik bir örneği olmadığını düşünür.) Bu tür bir basitleştirmeye ben de başvuracağım ve bir fotoğrafın öznelere bahsederken, bu öznelere sanki gerçeğin kayıt altına alınmış imgeleri veya örnekleriymiş gibi davranacağım. Burada karşılaşılan zorluk, reklam pozu vermenin, dişi modellerin dişi figür olarak, erkek modellerin de erkek figür olarak görüldüğü neredeyse aynı cinsiyet aktarımını içeriyor olmasıdır. (Yaş kategorilerinde de benzer bir durum vardır.) Buradan da anlaşılacağı üzere, reklamlarda toplumsal cinsiyet değerlendirmeleriyle ilgili herhangi bir tartışma, model ile öznenin aynı olduğu anlamının çıkarılacağı yere işaret eder. O hâlde cinsiyet stereotipleriyle ilgili ifadelerde sadeleştirilmiş referanslara başvurmaya yönelik özel bir izin vardır. Bir reklamcının “hemşire” gösteren kurgu sahnesi bize bir hemşirenin fotoğraflı kaydını, yani gerçek bir hemşirenin *hakiki* fotoğrafını sunmaz ama yine de, en azından “gerçek”in genel anlamıyla, gerçek bir kadının fotoğrafını sunar.⁴ Model, stüdyo seansı bittikten sonra da “hemşire” olmayı sürdürmez ama “kadın” olmayı sürdürür.

(7) Son olarak her bir serideki fotoğrafların düzenlenmesi-ne ve diğer detaylara ilişkin bazı bilgiler sunmak istiyorum. Ge-

4 “Gerçek kadın” ifadesine ilişkin nitelikler Goffman (1974: 284-285) içinde sunulmuştur.

nelde akış, çocuklardan yetişkinlere, hakiki fotoğraflardan alenen kurgu ticari fotoğraflara doğru ilerliyor. (Böylece, gerçek hayatta çeşitli bağlamlarda bulunan ritüelleştirilmiş davranışsal pratiklerin, kadınların rol aldığı reklamlarda “hiper-ritüelleştirilmiş” bir şekilde kullanıldığına dair bir çıkarıma ulaşıyor.) Burada öne sürülen düzenlemelerin yanlış olduğunu gösteren tanımlamalar, başka bir deyişle, cinsiyet rollerinin tersine çevrilmesine ilişkin tanımlamalar ise ait oldukları serilerin sonuna konmuş olup özel bir sınırla işaretlenmiştir. Ayrıca kitabın tamamında “dişil” bir duruş sergileyen dişilerin, bu pozisyonu basitçe ve yalnızca bir erkeğe göre değil, başka bir kadına göre de almış oldukları unutulmamalıdır. Bu durum, toplumsal cinsiyet stereotiplerinin –en azından fotoğraflı olanlarının— iki-yuvalı bir format içerdiğini ve önemli meselenin, yuvaların ille de zıt cinsel kimlikleri olan öznelerle değil, rol açısından farklılaşmış öznelerle doldurulması gerektiğini gösterir.

Fotoğrafların tamamı maliyet nedeniyle siyah beyaz basılmıştır. Renkli olanları renkli basmak biraz daha uygun olabileceken, çok da fazla bir kayıp olmadığı kanaatindeyim. Her bir fotoğraf numaralandırılmış olup sayılar, ilgili sözlü metinden önce gelenlere tekabül etmektedir. Metnin kendisi de bahsettiği ilüstrasyon serilerinden hemen önce gelmektedir. Metinlerin yanısıra fotoğraflara da dipnot konulmuştur ve dipnotlarda metinlerin yanısıra fotoğraflar da bulunmaktadır. Fotoğraflar yukarıdan aşağıya, sütundan sütuna, sayfanın tamamında “okunmak” üzere düzenlenmiştir.

III Bu çalışmada ticari fotoğraf seçimimin neden ciddiye alınmaması gerektiğine ilişkin gerekçeleri göz önüne aldıktan sonra, şimdi de neden ciddiye alınabileceğine ilişkin bazı gerekçeleri değerlendirmek istiyorum.

Reklamcının görevi, izleyicilerine, ürününü onlara cazip gelecek şekilde düzenlemek, kullandığı araç ise büyük ölçüde göz kamaştırıcı bir bağlamda o ürünün göz alıcı bir versiyonunu sunmaktır. Buradan çıkarılacak sonuç, bu üründen bir tane aldığınızda, sunulan bir diğer ürüne de sahip olma yoluna girdiğinizdir –üstelik bunu istemeniz gerekir. İlginçtir ki ürün, ister yer paspası, böcek ilacı, ortopedik sandalye, çatı malzemesi, kredi kartı, vakumlu pompa, isterse de Lear jet uçağı olsun, şık ve genç bir hanımın, onayını ve kendisini ürünün ambiyanasına katarak fotoğrafta bulunması muhtemeldir. Ancak bütün bunlar yalnızca reklamdır ve gerçek hayatla hemen hiç ilgisi yoktur. Bu istismarcı sanatlara yöneltilen eleştirel görüşler bu yöndedir. Ancak bu da gerçek hayatın “neliğini” takdir etmekte zorlanan bizzat naif bir görüştür.

Basılı medyada reklam yapan biri, ürünüyle ilgili öne çıkarmak istediğı husus ne olursa olsun, bunu yaparken kullandığı aracın kısıtlamalarına katlanmak zorundadır. Kolayca kavranabilecek ve anlamlı olacak bir şey sunması gerekir. Ancak bunun için elinde olan tek malzeme bütünü; bir daktilo, yazı fontları ve konuşuyormuş havasında olan ama aslında dilsiz karakterler içeren iki tanıtım fotoğrafıdır. Fotoğraf dışındaki metinsel materyal “ne olup bittiğine” ilişkin bir okuma sağlayabilecek olsa da, bizzat fotoğrafın kendisi, metne çok da ihtiyaç duymaksızın, kendi küçük öyküsünü anlatmak üzere tasarlanmıştır.

Buradaki bir diğer soru şudur: İşitmenin neredeyse görme kadar önemli olduğu, koku ve dokunmanın da işin içine girdiğı bir dünyada, insanlar gündelik yaşamlarında sürekli faaliyet halindeyken (ve hiçbir zaman donmuş pozlarda arzı endam etmezken), fotoğrafların nasıl olup da dünyayı temsil edebildikleridir? Üstelik reklamlarda kullanılan fotoğraflarda

pek mümkün olmayan bir şekilde, gündelik yaşamda karşılaş-tığımız insanları kişisel olarak tanıma imkânımız varken.

Bu soruna getirilebilecek çözümlerden bir kısmı aşikâr. Sahneler, içerisindeki figürlerin bir dizi basmakalıp eylem ör-neğini gerçekleştirirken kaydedildikleri hâllerleriyle yeniden üre-tilebilirler –bu da muhtemelen bu eylemlerin yalnızca uzun erimli bir faaliyet esnasında ve anlık meydana gelmiş olarak tanımlanmalarıyla ilgilidir. Böylece izleyiciler, görme ediminin başlamasından itibaren, zaman sırasıyla bir ileriye bir geriye doğru okumaya yönlendirilirler.⁵ Getirilebilecek bir başka çö-züm ise gerçek hayatta kendileri sessiz ve durağan olan sah-nelerden yola çıkmaktır: uyumak, dalgın pozlar, vitrin gezme ve en önemlisi –bize doğrudan bakmayan- başka bir kişinin ne söylediği veya ne yaptığına ilişkin genel hizalanmamızı ortaya koyduğu düşünülen açı dışı sabit bakışlar. Bir diğer çözüm de fotoğraftaki karakterlerin birbirlerine göreceli olan uzamsal konumlarını, yine birbirlerine göreceli olduğu varsayılan *top-lumsal* konumları ile eşleyerek söz konusu karakterleri mikro-ekolojik olarak yerleştirmektir. Elbette, en geniş izleyici kitlesi tarafından belli bir faaliyet türüyle stereotipik olarak özdeş-leştirilmiş, dolayısıyla da anında tanınırlık sağlayan sahne ve karakterlerin kullanımı da vardır. Son olarak, reklamcılar, ide-al hedefleri gerçekleştirmek için ideal imkânları kullanan ide-alize edilmiş karakterler olsun diye (belki de ürünlerini kötü bir dünyayla ilişkilendirmektense iyi bir dünyayla bağlantılan-dırmak daha makul olduğu için) ezici bir çoğunlukla olumlu, onaylanmış tipleştirmeleri seçerler. Dolayısıyla, model olarak ünlüleri de kullanabilirler zira bu şahısları kişisel olarak tanı-masak da haklarında bilgi sahibiyizdir.

İlginçtir ki bu türden yöntemlere başvuranlar yalnızca ti-cari reklamcılar değildir. Hükümetler ile kâr amacı gütmeyen

5 Bu David Sudnow'ın yıllar önce öne sürdüğü bir fikirdi (bkz. Sudnow 1972).

kuruluşlar da sayfa, poster ve reklam panolarında mesajlarını iletebilmek için aynı araçları kullanırlar; tıpkı radikal grupların, fotoğrafçılığı hobi veya meslek olarak gören özel kişilerin de yaptığı gibi. (Heyhat, salt reklamcıların reklam yaptığını söylemek de epey yanıltır. Nitekim dünyanın ticarileştirilmesine karşı çıkmakla uğraşanların bile, argümanlarını az çok düşman tarafından kullanılan aynı ilkelere göre seçilen imgeler aracılığıyla resmetmeleri gerekir.)

Şimdi ise, reklamcının kendi ürününün değerini dramatize etme işinin, bir toplumun, katılımcıların birbirlerine intibakını kolaylaştırmak üzere toplumsal durumları törensel ve ritüel göstergelerle donatma işinden farklı olmadığını öne sürmek istiyorum. Her ikisinin de bir hikâye anlatmak için toplumsal durumlarda bulunabilecek sınırlı “görsel” kaynakları kullanması gerekir; her ikisinin de başka türlü muğlak kalacak olayları kolaylıkla okunabilir bir hâle dönüştürmesi gerekir. Üstelik her ikisi de aynı temel araçlara bel bağlar: niyet teşhirleri, toplumsal yapının mikroekolojik haritası, onaylanmış tipleştirmeler ve içsel yanıt olarak görülebilecek şeylerin jestlerle dışsallaştırılması. (Dolayısıyla, nasıl ki bir Coca-Cola reklamında deniz kıyısındaki lüks bir tatil yöresinde şık ve mutlu görünen bir aile sunulabiliyorsa; sade giyimli, dar gelirli gerçek bir aile de on günlük yaz tatilleri boyunca harcama seviyelerini artırabilir ve lüks bir yazlık yerde iyi giyimli bir aile olarak kendilerinin fotoğrafını çekmeyi unutmuyarak kendi kendilerinin bir sunumuna girişebilir.) Bu elbette, tanıtım fotoğraflarında sunulan teşhirlerin genel teşhirlerden alınmış özel bir seçki olduğu anlamına gelmez. Reklamcıların kendilerini genellikle sessiz, iz bırakmayan görünüşlerle ve zamanın tek karelik anlarıyla sınırlandırmaları gerekir ancak gerçek bir ritüelin bu belli yollarla kısıtlanmasına gerek yoktur.

Bu ise, şahısların fiziken birbirlerinin karşısında oldukları düzenlemeler olarak tanımladığımız “toplumsal durumlar” meselesini gündeme getirir. Tanıtım fotoğrafları görünüşte hiçbir şekilde toplumsal bir durum içerisinde olmayan yalnız bir figür içerebilir, ki çoğunlukla da böyledir. Ne var ki, eğer sahne izleyici tarafından deşifre edilecekse, o hâlde söz konusu öznenin bilgilendirici bir görünüm sunması ve faaliyetlere girişmesi gerekir. Bunlar tam anlamıyla kendi hikâyelerimizi kurmak ve başkaları tarafından kurulan hikâyeleri öğrenmek için gerçek toplumsal durumlarda kullandığımız bilgilendirmelerdir. İster tek başına olsun ister olmasın tanıtım fotoğraflarındaki figürler kendileriyle ilgili şeyleri görmeye iznimiz olması sayesinde bizi etrafta bir yerlere yerleştirerek, dolayısıyla da fiili bir toplumsal durum yaratarak üstü kapalı bir şekilde biz izleyicilere hitap ederler. Nitekim fotoğrafçı, tek başına olan öznelere, fotoğraf makinesinin çevresinde dolaşan bir hayalete el kol hareketleriyle yanıt verir gibi poz vermelerini buyurarak çoğunlukla meselelere açıklık getirir; bu da biz izleyicilerin işgal etmesi beklenen yeri etkili bir şekilde hatırlatır. Dikkat ediniz, tek başına olan özne, yalnızca nelerin olup bittiğini düşünmemizi sağlayacak bir fikir veren bilgiyi “dışsallaştırmak”la kalmaz, aynı zamanda, örneğin o anda gerçekten yalnız olan bir aktör, yalnız bir insanın olağan şartlarda yapabileceği türden her davranıştan sistematik olarak imtina eder. (Demek ki ticari gerçekçiliğin yan ürünlerinden biri, belki de, tek başınayken sergilenen davranışların sansürlenmiş versiyonlarının güçlendirilmesi olacaktır.)

O hâlde, reklamlardaki toplumsal cinsiyet sunumlarına bakıldığında dikkatin, sadece, reklamcılarının cinsiyetler arasındaki farklarla ilgili stereotipilerini –bu stereotipler ne kadar önemli olursa olsunlar– açığa çıkarmaya yöneltilmemesi gerekir. Aynı şekilde, bu stereotipilerin, toplumumuzun genelinde

yaygın olan toplumsal cinsiyet örüntüleriyle ne kadar ilgili olduğuna bakmakla da yetinilmemelidir. En azından şununla da ilgilenilmelidir: Fotoğrafları çekenler (ve poz verenler) amaçlarına ulaşmak, yani anlamı görür görmez deşifre edilebilecek bir sahnenin sunumu için, gerçek toplumsal durumlarda bulunabilecek mevcut malzemeyi ne şekilde düzenleyebilmektedir? Zira bu sanatsal çabaların arkasında, insan dışı malzemenin yanı sıra, karşılıklı mevcut bedenlerin ne şekilde bir ifadeye dönüştürülebileceği de ayırt edilebilmelidir. Ayrıca fotoğrafı üretenlerin durumsal malzemeye nasıl anlamlar verebildikleri görüldüğünde bizzat kendimizin nasıl bir faaliyet içine girebileceğimiz de görülmeye başlanabilir. Sonsuz çeşitliliğe sahip sahne konfigürasyonlarının ardında tek bir karakteristik ritüel tarzı, pek çok yüzeysel farklılığın ardında ise az sayıda yapısal form ayırt edilebilir.

Ritüelin ticari fotoğraflarla ilişkisine dair bu argümanların, yani fiili toplumsal cinsiyet davranışlarıyla ilgili konuşmak üzere kolaylıkla bulunabilecek reklamları kullanmanın vaziyeti idare etme olarak görülebileceğini kabul etmeliyim. Ne var ki, burada genel anlamda davranışlarla değil, yalnızca bireylerin toplumsal durumların içine katmayı başardıkları teşhirlerle ilgileniyorum. Bu da muhakkak, reklamcılarının ürün etrafında oluşturdukları sahnelerin, sonrasındaysa fotoğrafın içine katmaya çalıştıklarının bir parçasıdır. Ticari fotoğraflar çoğunlukla tamamen poz verilmiş, en iyi ihtimalle “gerçekçi” olan “sıradan fotoğraflar”dır. Ancak çarpıtılmış bir biçimde yansıttıkları varsayılan gerçekliğin kendisi de birçok açıdan ve hiç de önemsiz sayılamayacak şekillerde yapaydır. Zira burada esas mesele gerçeğin yüzüdür; yani toplumsal durumları, talep ettiğimiz insan doğamıza ilişkin olarak inşa etmek istediğimiz anlık ve görünür portrelerimizde ne şekillerde kullanabileceği-

mizdir. Dolayısıyla, poz verilmiş fotoğrafların, bir topluluğun konuştuğu dili araştıranlar için yazılı metin ne ise o topluluğun karakteristik ritüel tarzını araştıranlar için de aynı görevi üstlenmek suretiyle, düşünülenenden daha sağlam bir materyal sundukları açık olmalıdır.

Göreceli Beden Ölçüsü

1-4. Başta boy uzunluğu olmak üzere göreceli büyüklük, toplumsal önemin –güç, otorite, rütbe, makam, itibar– toplumsal durumlarda kendini etkili bir şekilde belli etme yollarından biridir. Bu örtüşme erkekler arasında büyüklüğü destekleyen mesleki seçimler yoluyla az çok ortaya çıkar –bu da bir çeşit döngüselliktir zira seçim çoğunlukla büyüklüğün etkili olabileceği toplumsal durumlarda meydana gelir. Anne babalar ile küçük çocukları arasındaki etkileşimde de bizzat biyoloji, toplumsal önemin fiziksel seviyede de endeksleneneğini temin eder.

Cinsiyetler arasındaki toplumsal etkileşimde ise erkeğin kadına göre genel statü üstünlüğünün onun daha iri cüssesi ve daha uzun boyuyla ifade edilebilir olabileceği ihtimalinin temelinde biyolojik çift biçimlilik [dimorphism] yatar. Seçici eşleşme, başka türden bir istatistiki eğilim olabilecekken yaklaşık kesinliğe dönüşerek hemen bütün çiftlerin beklenen yönde bir boy farkı sergileyeceğini garanti altına almak üzere devreye sokulur. Herhangi bir karşılaşmada biraraya gelen katılımcılara ilişkin çeşitli mesleki, kurumsal ve durumsal seçimler bile, her erkek katılımcının her kadın katılımcıdan daha iri olacağına dair biyolojik temelli ihtimali önemli ölçüde artırır. Artık biyoloji ile toplumsal seçilimin olanak sağladığı şeyi, fotoğraflara poz verme titizlikle tamamlar gibidir. Nitekim, büyüklük farklarının toplumsal ağırlık farklarıyla ilintili olacağı öyle enikonu varsayılır ki göreceli büyüklük sıradan bir şekilde fotoğrafın hikâyesinin tek bakışta anlaşılabileceğini garanti eden bir araç olarak kullanılır.



As a housewife, he likes to indicate the things he has acquired of goods and services in their study from a very different solution.

2



The most possible Valentine of all ♥♥♥ The Gift of Love
♦♦♦ **PETER HEERING**

1

He said:
I found the
little black and
white TV set in
my bathroom, but
can't find my
big color set.

We said:
It's in that big
invoice in your
study, sir.
Along with a fold-
out writing desk.



He said:
That big chest?
Very clever.

We said:
Thank you sir.
We thought
you'd rather not
have that big TV
eye staring at you
all the time.

3



4

5-7. Burada istisnalar kaideyi bozmaz. Kadınların fotoğraflarda erkeklerden daha uzun görüldüğü pek az sayıdaki durumda, erkekler hemen her zaman toplumsal sınıf statüsü bakımından daha altta olmanın yanı sıra, sınırları tamamen belli meslekleri bakımından güvenli bir şekilde muamele edilebilen baştan aşağı zanaat-yönlü hizmetkârlar olarak giydirilmiş gibi görünmektedirler:



5



6

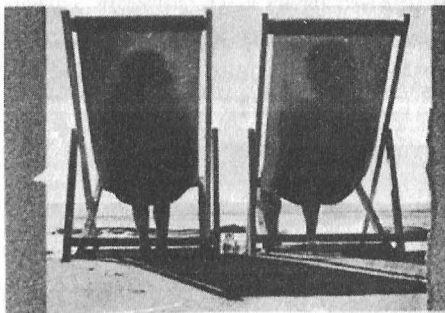


7

8-11. Göreceli büyüklük teması kimi zaman sembolizasyon temeli olarak da kullanılabilir, yani bütün detayları tek bir tematik meseleye işaret eden bir fotoğraf tasarlamak:



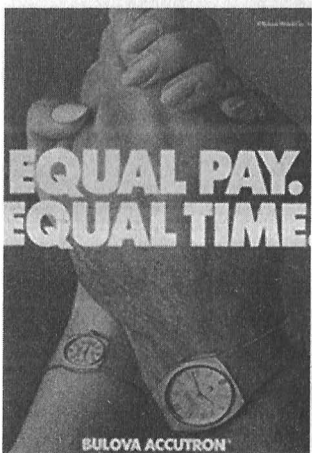
8



9



10



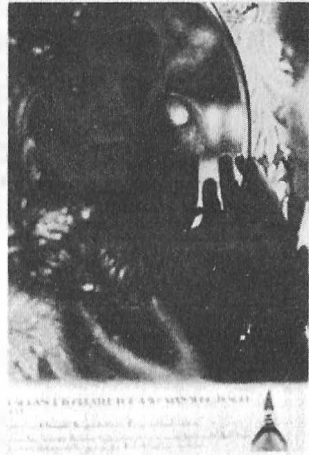
11

Kadınsı Dokunuş⁶

12-26. Kadınlar, erkeklerden daha sık biçimde, parmaklarını veya ellerini kullanarak bir nesnenin ana hatlarını incelerken, onu kucaklarken, (bazen yönlendirme kisvesiyle) yüzeyini okşarken veya iki elektrik yüklü beden arasında önemli olabilecek türden “ancak belli belirsiz dokunuyormuş” gibi bir izlenim uyandırırken fotoğraflanmaktadırlar. Bu kavrayış-dokunuş şeklinin, faydacılık içeren bir diğerinden, yani kavrayan, idare eden veya tutan kavrayış türünden ayrılması gerekir:

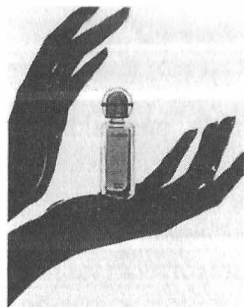


12

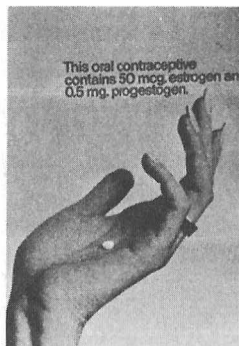


13

⁶ Burada Michi Ishida'nın gözlemlerinden doğrudan yararlandım, kendisine teşekkür ederim.



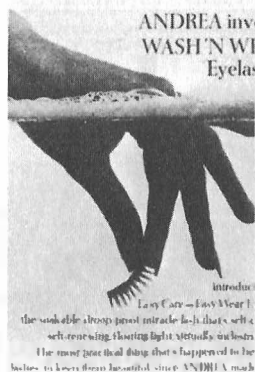
14



15



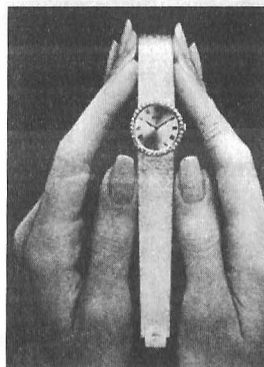
16



17



18



19



20



TRY SOMETHING BETTER

21

Drall the good things of a Kent



22



23

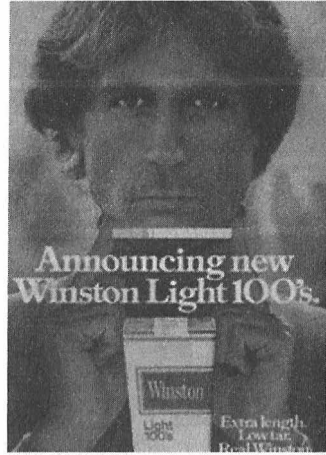


girl's affection on a guy's shoulder isn't so unusual. A girl's story
The Unbelievable Way by Fashion Icons

24



25



26

27-28. Ritüeli andıran bu dokunuşlarda gerçekten tutulan pek bir şey olmadığı için el yerine yüz de kullanılabilir.



27



28



33



34



35



36

İşlev Derecelendirmesi

37-44. Toplumumuzda bir kadın ile bir erkek yüz yüze bir iş üstlenerek birlikte çalışırlarken –görünen o ki– erkek yalnızca o şekilde tasarlanabileceği öngörülerek muhtemelen yönetici rolünü üstlenecektir. Bu düzenleme, şüphesiz, hemen ilk bakışta yorumlanabilirliği kolaylaştırarak reklamlarda da yaygın bir şekilde temsil ediliyor gibi görünmektedir. Aşağıda işlevler hiyerarşisi mesleki bir çerçevede fotoğraflandırılmıştır:



37



38



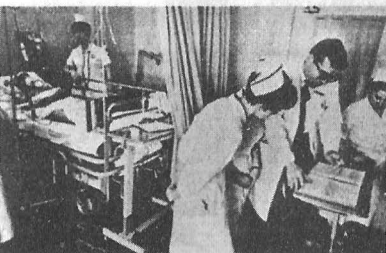
39



41



42



43



40



44

45-58. Aşağıda işlevler hiyerarşisi mesleki uzmanlık dışında da fotoğraflanmıştır:



The Faces of Virginia

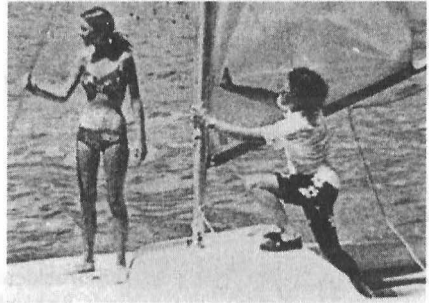
45



46



47



48



He's not a knight in shining armor.

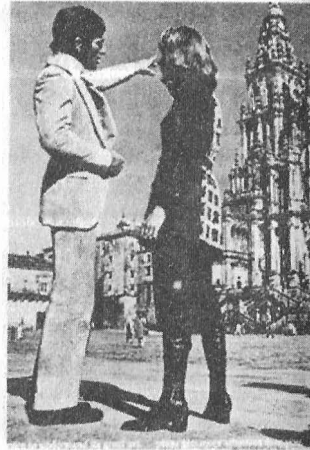
49



50*



51



52

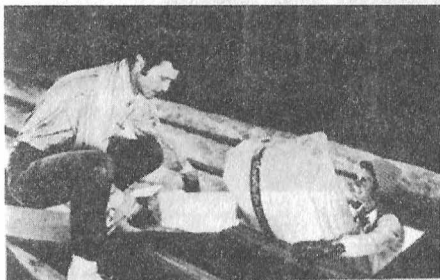


53

* Chalfen (1975: 94) Amerikan örnekleminde şunu söyler: "Kamerayı çoğu zaman evin erkek reisi kullandı. Birkaç durumda ise kamera ve film çekmeyi öğrenen ergen erkek çocuk bu sorumluluğu devraldı."

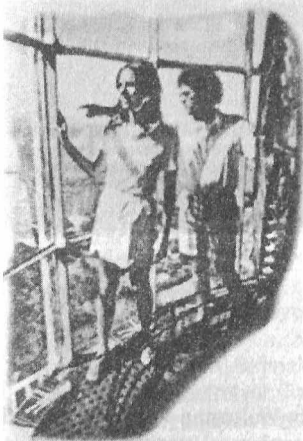


54

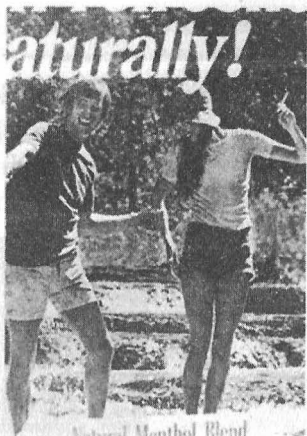


Redwall™ can save you hundreds of dollars!
cut final bills, while keeping your beauty

56



57



Natural Menthol Blend

55



58

59-60. Küçük aktörlerin bizzat kendileri gayet ciddiye girip girdikleri faaliyetler ciddi olmasa da, daha ziyade insanı duygulandırabilecek bir beklenti varmışçasına çekilmiş gibi görünseler de, çocuklarla da işlev derecelendirmesi fotoğraflanabilir. Velhasıl işin içinde “sevimsilik”⁷ vardır.



59



60

⁷ Metodolojik bakımdan minnettar olduğum Weitzman vd. (1972) çocuk kitaplarında kullanılan illüstrasyonlardaki toplumsal cinsiyet stereotipleriyle ilgili faydalı bir çalışma yapmışlardır.

61. Bütün yönlendirmeler, eğitilenin itaati ile eğitmene duyulan hürmeti kapsar gibidir. Bu öğrenme durumunun tanımlayıcı özellikleri, bireyin öğrenme kariyerinin çoğunluğu boyunca öğrenmenin, yaş-sınıf kategorilerine bağlanmasıyla güçlendirilir. Toplumumuzda bir öğrenme biçimi çocuk statüsüyle özellikle ilişkilendirilmiş benzer; bu, eğitmenle eğitilen arasında fiziksel temas kurulmasını içeren “kinestetik” biçimdir.⁸ Erkeklerin bu şekilde kadınlara ders verirken çekilen fotoğrafları, tersi durumdan [yani kadının erkeğe ders verirken kurabileceği fiziksel temas ihtimalinden] daha fazla gibidir:



61

8 Kinestetik öğrenme nosyonunu Bateson ve Mead (1942: 85-86) ortaya atmıştır. Bu kitap neyin düzgün bir şekilde fotoğraflanabileceğine ilişkin araştırmalarda kullanılmak üzere fotoğraf kullanımına ustalıkla bir incelemeyle öncülük etmiştir. Bu çalışma bir antropolog neslinin tamamını fotoğraf çekmeye teşvik etmiştir. Ne var ki bu araştırmacıların topladıklarından pek az analiz yapılmış, belki de ancak o kadarı yapılabilmektedir. İnsanın ilgisini çeken ile analitik olan arasında bir şekilde karışıklık hâsıl olmuştur.

62-67. Ne zaman bir yetişkin bir diğ erinden beden yöne-
limli bir yardım veya hizmet alsa, sonuç faaliyeti büyük ih-
timalle ellerin iş birliğini iç erecektir. Alıcı faaliyete yön verir
ve/veya faaliyeti son aş amalarında devralır. (Örnekler: tuzlu-
ğu uzatmak veya birine paltosunu giymesine yardım etmek.)
Muhtemelen bu şekilde alıcının özerklik hissi korunmuş olur.
Bu his elbette kendi bedensel ihtiyaçlarını etkili bir şekilde kar-
şı layabileceği becerileri edinmesi yoluyla da korunur. Ne var
ki bebekler ve çocuklar, bir yetişkin kendilerine bakıcılık hiz-
meti verirken ellerinin devre dış ı bırakılmasını sineye çekmek
zorundadırlar.⁹ O hâlde, gerçek sahnelerde yetişkinler kaş ıkla
yemek yedirilirken fotoğ raflandıklarında, faaliyeti bir şekilde
yönlendirirken fotoğ raflanmaları anlaş ılır bir durumdur zira
yemek yedirilme eylemiyle yansıtılan benlik, muhtemelen,
bir çocuğ un yemek yedirilirken fotoğ raflanmasında yansıtılan
benlikten farklı olacaktır. Ancak kadınlar erkeklere yardımda
bulunmaktan ziyade, erkeklerden bu tip bir yardım alırken
daha fazla fotoğ raflanmış gibi görünmektedir ve üstelik tepki-
lerini yönlendirirken de betimlenmemişlerdir.



Wilkins and the Lindays: Surprise

62



63

9 Kuşkusuz, aristokratik eğ ilimli sınıfların, orta sınıf mensuplarının, beden-
sel bakım baş ta olmak üzere, kendi kendilerine yapmak isteyecekleri bir-
takım iş ler için kişisel hizmetçi tuttuklarına ilişkin yaygın bir inanış vardır.
Elbette kişisel hizmet alımıyla, bu hizmeti sunanlara reva görülen, etkile-
ş imsel mevcudiyeti tanınmayan kişi muamelesi arasında bağlantı vardır.



64



65



Cinema des Femmes

66



67

72-80. Kanımca buna verilecek bir başka yanıt da erkeği gerçekçi olmayan bir şekilde gülünç veya çocuksu sunmaktır; belki de erkeğin gerçek dışı hâle getirilmesiyle gerçek erkeklerin muktedir imajının korunabileceği düşünülmektedir.



72



74



73



75



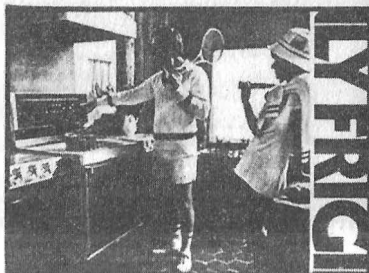
76



79



77



80



78

81-83. Daha ince bir teknik ise, işi düzgün bir şekilde yapabilen bir kadının doğrudan dikkatle süzen bakışları eşliğinde erkeğe sıradışı bir iş yaptırmaktır. Yapılan iş sanki şaka veya iddia yoluyla yapılmışçasına, yapanın veya izleyenin yüzünde gülümseme vardır.¹⁰



81



82



83

¹⁰ Benzer şekilde, kadınlar erkeklere özgü bir işi yaparken fotoğraflandıklarında, erkekler söz konusu aktiviteyi (sanki) paranteze alır, takdir edersine, küçümsercesine ya da hayret edersine bakarlar.

Aile

Toplumsal örgütlenmenin temel bir birimi olarak çekirdek aile, görsel temsilin gereklerine iyi uyum sağlamıştır. Neredeyse her gerçek ailenin bütün bireyleri aynı samimi fotoğrafa kolayca dâhil edilebilir, uygun şekilde düzenlendiği takdirde üyelerin görsel temsili ailenin toplumsal yapısının sembolleştirmesi olarak çok yerinde bir işlev görebilir.

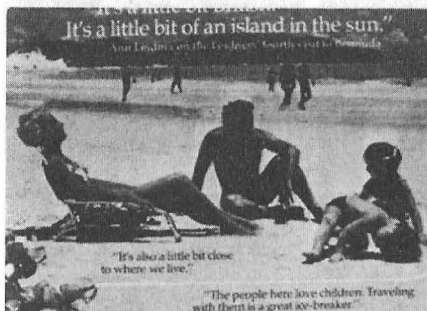


84

85-88. Reklamlarda model olarak kullanılmış ailelere bakıldığında, en az bir kız ve en az bir oğlanın yer almasının, bütün aile içi ilişkilerin bir sembolizasyonunun gerçekleşmesini sağladığı görülür. Örneğin, bazen aynı fotoğrafta, kızla anne ve oğlanla baba arasındaki varsayılan özel bağı sergilemek için bazı araçlar kullanılır.



85



86



87



88

89-99. Ticari sahnelerde babalarla oğulların ve annelerle kızların arasında bir birlik sembolize edilse de farklı türde birliklerin olabileceği iması da vardır. Kısacası, kadınların kızlarına, babaların oğullarına kıyasla, daha yakın olarak fotoğraflanması eğilimi vardır. Erkekler, deyim yerindeyse, erkek olma yolunda güç bela ilerlemek zorundadırlar ve bu sorunlu bir çaba gerektirmektedir.



89



"Lights-Camera-Action"

90



91



92



93



94



95



96



97



98



99

100-114. Genellikle baba (ya da onun yokluğunda bir oğul), ailenin diğer üyelerinin fiziksel çemberinin biraz dışında durur, sanki koruyuculuğu mesafeye ilintili, hatta mesafe gerektiren bir ilişkiyi ifade ediyormuş gibi:



100



101



102



103



104



105



106



Quand on voit des
lignes droites, l'air est

107



108*

Are electric rules
to stop going up?"

When our
expanding ap-
proach that we
believe in, it's
happening. In-
stead, the
company have
made the final
choice. In-
stead, we
are involved
in mental
plants. This
is the way
to affect.

Since 1972
created
challenges to
the final letter.

It was a
plan about
a hundred
years ago.



109

* On dokuzuncu yüzyılın sonunda portre pozunu veren çiftler ilginç bir tezat oluşturur: Burada etki genellikle erkeği merkezdeki figür, kadını ise fon-
daki bir destek olarak göstererek sağlar. Alıntı Lesy'den (1973):



110n



111n



112n



113n



114n

Belki de geçmişteki ve günümüzdeki portreler arasındaki tezat, alta yatan toplumsal örgütlenmedeki bir değişiklikten ziyade, fotoğraf formatındaki ifa-
de alışkılarındaki bir değişikliğe işaret eder.



MRS. TONY JACKSON WITH THE BING TOPPERS.
The woman's alternate outfits by Ward and Jean Louis.

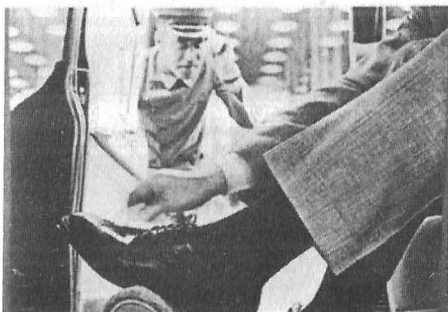
120



121



122



123

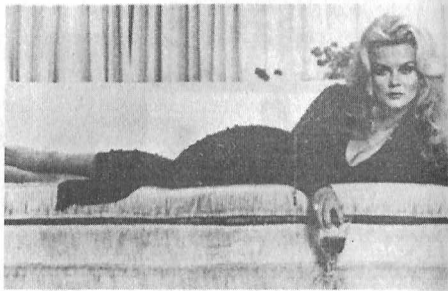


124

125-39. Yataklar ve zeminler, toplumsal durumlarda bir yere uzanmış kişilerin sandalyede oturan veya ayakta duran herkesten daha aşağıda olacağı yerlerdir. Zeminler aynı zamanda bir odanın daha az temiz, daha az saf, daha az gösterişli- örneğin köpeklerin, kirli çamaşır sepetlerinin, sokak ayak-kabıllarının ve benzerlerinin konabileceği- yerleri akla getirir. Yatan birinin pozisyonu, fiziksel savunmaya geçmenin en zor olduğu ve bu nedenle kişiyi çevrenin güvenli olmasına bağımlı kılan bir pozisyonudur. (Elbette, yerde ya da divanda ya da yatakta yatmak da cinsel açıdan müsait olmanın geleneksel bir ifadesi gibi görülür.) Burada dikkati çeken nokta, çocuklarla kadınların erkeklere oranla zeminde daha çok fotoğraflandığıdır.



125



126



127



128



129



130



131



132



Marina Romanova: Actress, model, entertainer - and indeed lovely of the Beautiful People

The Girl Who Has Everything Plus

133



134



135

Night's Move... And... Mate

Her move obviously well planned by the Handwick Knight & Co., the choice of the authentic natural shouldered Handwick for the evening's various moves and maneuvers. Handwick Double just naturally dresses up to that every night. As you might expect, it comes in many shades of with many crystal buttons, hand vent and waist seams, one in all wool hannel and the Year Rounder in 50% ultra equal polyester.

Only priced around \$37.50



136



137

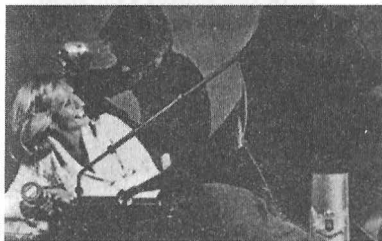


138



139

140-67. Fiziksel olarak daha yukarıda bulunmak yüksek toplumsal konumu simgelediğinde, bazılarında daha az görülmesine karşın, yüksekte olmak toplumumuzda gösterge niteliğinde kullanılıyor gibidir. (Mahkeme salonları bunun iyi bir örneğidir.) Reklamlardaki düzenlenmiş sahnelerde, erkeklerin kadınlardan daha yüksekte olma eğilimi vardır, bu nedenle yüksek konumun tanımlayıcı bir araç olarak kullanılması önü açıktır.¹¹ Fakat belli bir miktar çarpıtma da gerekebilir. Unutmayınız ki, toplumumuzda nezaket kurallarının, erkeklerin oturacak yer söz konusu olduğunda kadına öncelik vermesini zorunlu kılması da bu düzenlemeyi destekler niteliktedir.



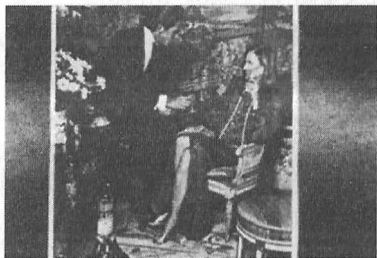
140



141



142



143

11 Gerçek görüntü fotoğraflarında da aynı eğilim geçerlidir.



144



145



voire "Première Rosières": une petite
es perfectionnements de cuisinières

146



t fresh with Belair.
the right touch of menthol.

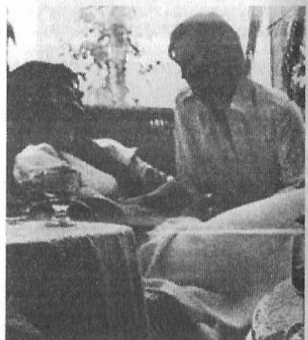
There's music in your pocket with
the new Belair "Bagshot" 3M pack.

147

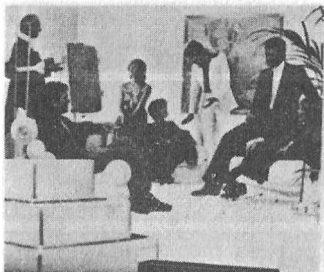


When Groue and his red Sheraton-Williams to know them was a Santa Claus.

148



149

[illegible]

156



157



158



159



160



161



162



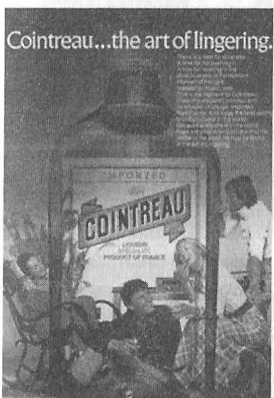
163



164



165



166



167

168-172. Kadınlar sık sık, erkeklerse nadiren, “mahcup bir şekilde dizini bükme” pozunu sergiler. Diğer taraftan, dizini bükme, verili bir toplumsal durumda, önceden tam anlamıyla hazırlanma ve teyakkuza geçme çabası olarak da okunabilir, zira bu pozisyon, herhangi bir savaşıma anında ya da sıvışma çabasında önemli bir momenttir. Ancak şuna da dikkat etmek gerekir ki burada, cinsel anlamda bir öznenen ziyade, fotoğrafı oluşturmak için bir format söz konusudur. Fotoğraftaki kadınlardan biri bu hareketi sergileyebilir, diğeri ise bu sergilemeyi olanaklı kılan bir destek işlevi görebilir. Dolayısıyla, iki cinsiyet değil, iki rollü bir formül söz konusudur.



168



169



170



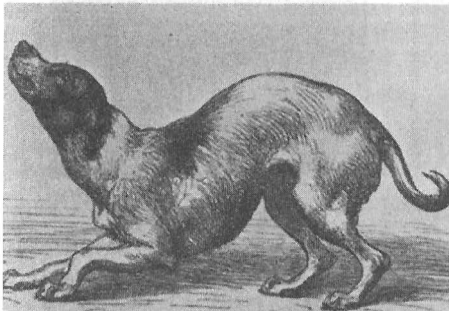
171*

* Farklı bir diz bükme pozuyla karşılaştırm.



172n

173-186. Reklamlarda, diz bükmeyle aşağı yukarı aynı dağılıma sahip yapmacık pozlar da söz konusudur. Bedenle ve başla yapılan yapmacık hareket arasında da bir ayrım olsa da, sonuçlar aynı görünmektedir. Başın seviyesi diğerlerinininkine göre daha aşağıdadır. Elde edilen konfigürasyonlar; tâbi kılınmanın kabulü, birine yaranma, teslimiyet ve yatışma ifadesi olarak okunabilir.



173*



174



175



176

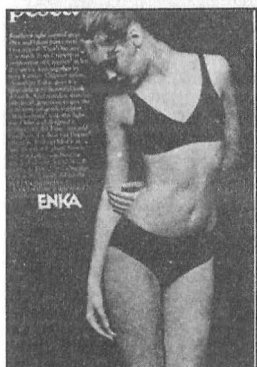
* Darwin (1872 : 53, fig. 6).



177



178



179



180



181



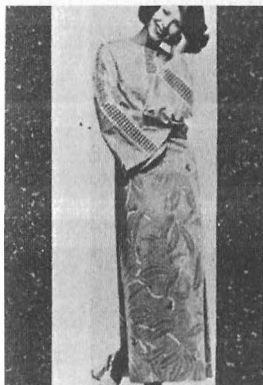
182



183



185



184



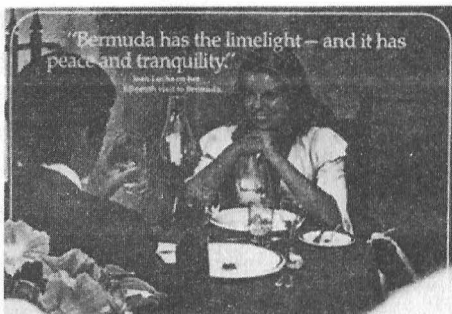
186

187-191. Gülüşlerin, genellikle kavgacı bir şeyin amaçlanmadığını belirten ritüelistik teskin edici unsurlar olduğu, diğerinin davranışının maksadının anlaşıldığını ve kabul edilebilir bulunduğunu, dahası diğerinin onaylandığını ve takdir edildiğini gösterdiği söylenebilir. Potansiyel bir saldırganın hareketlerini ihtiyatla gözetleyen kişiler, bakışları karşı tarafça “yakalanırsa” otomatik olarak gülümseyebilirler, izlenen kişinin ise gülümseyerek karşılık vermek için fazla sebebi olmayabilir. Ayrıca, bir konuşmacının esprisinin hemen ardından karşılık olarak gelen bir gülüş (hatta takdir edici bir gülüş), gülüşle karşılık verenin, en azından algı alanı açısından konuşmacının çevresine ait olduğunu ima edebilir. O halde, gözüken odur ki, bu gülümsemelerin hepsi, muhtemelen, üst konumda olan birinden değil, daha alt konumda olan birinden gelmektedir. Her halükarda şurası açıktır ki, Amerikan toplumunda karşıt cinsler arasındaki karşılaşmalarda kadınlar¹² erkeklerden daha sık ve daha ağız dolusu gülümsemektedirler ve bu toplumsal düzenleme belki de farkında olmadan reklamlara da aktarılmaktadır.



DOCTORS TWO—Artist Andrew Wyeth of Claude Ford has his academic robe adjusted by Nancy Hanks, chairman of the

12 Bkz. Weisstein'daki yorumlar (1973:49).



188



189



190



191

192-206. Çocuksu bir görünümün etkisindeki gayri ciddilik belirtisi, özbenliğin başka bir yönünün de etkisi altında kalır; belki de yalnızca reklamlarda görülen bir belirtidir bu, yani bütün vücudun eğlenceli bir jest aygıtı olarak kullanımı, vücudun bir tür palyaçoluğa soyunması.



192



193



atch your woman a snowflak 194



195



196



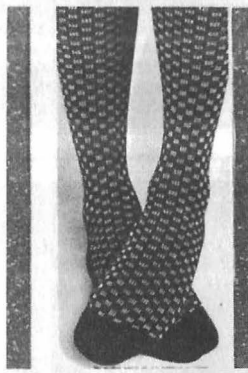
197



198



199



200



201



202



203



204



205



206

207-216. Çocuksu bir dış görünüşün şaşırtan gayri ciddi-liği, esasında, benliğin başka bir sunum ile şaşırtmasıdır; bu belki de tamamen reklamlarla sınırlıdır, yani tüm bedeni şaka-cı, jestlerle konuşan bir araç, bir tür beden palyaçoluğu olarak kullanmak.



207



208



209



210



211



212



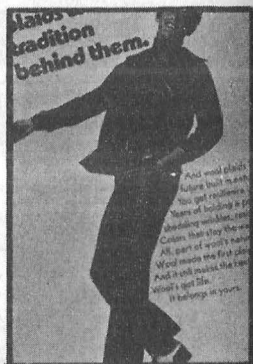
213



214



215



216

217-223. Çocuksu kılık-kıyafet ve palyaçoluğa soyunmada görülen sıradışı gayrı ciddiyet, kişinin derinden ya da geri dönüşü olmayan bir şekilde ancak içselleştirmeden dâhil olduğu bir toplumsal duruma katılmaya hazır olduğunu gösterir. Belki de burada söz konusu olan, çeşitli kılıkları denemeye ve farklı zamanlarda farklı kılıklara bürünerek arzı endam etmeye hazır olmaktır. Her halükarda, en azından reklamlarda, kadınlar ve erkekler arasında ön görülmeyen bir fark var gibidir. Erkekler resmi (iş) ve gündelik giyimle arzı endam ederler ve aynı kişinin farklı zamanlarda her zaman bütün bu kılıklarda görülebileceği anlaşılrsa da her kılık erkeğe, tamamen ciddi olduğu ve sanki köklü bir şekilde özdeşleştiği bir şey varmış havası verir, sanki bir kostüm değil, bir deridir giyilen. Kentli erkeklerin eğlence amaçlı kovboy kıyafetine büründükleri durumda bile, kişinin bütün görünümünün muziplikten ibaret olduğunu ileri sürmek güçtür. Reklamlardaki kadınların, kıyafetleriyle ve kıyafetlerinin beraberinde getirdiği jestlerle farklı bir ilişkisi olduğu görülür. Her geniş kategoride (resmi, iş, gündelik) birbirinden oldukça farklı seçenekler vardır ve bu, hayat sanki bir dizi kıyafet balosundan ibaretmişçesine, çeşitli olasılıkların denenmesi söz konusuymuş gibi gelişir. Bu nedenle, kişi zaman zaman kendi görünümüyle alay edebilir çünkü giyilen şeyle özdeşleşme derin değildir. Öyleyse, reklamlardaki kadın kıyafetlerinin kostümü andıran karakterinin, toplumsal durumlarda kadınlara erkeklerden daha az ciddi bir konum atfettiği, kıyafetlerle ortaya konan özbenliğin kesinlikle gayrı ciddi bir şey olduğu söylenebilir. Bu argümanın gerçek hayatı kapsayacak şekilde genişletilmesinin bir paradoks barındırdığına dikkat ediniz. Kadınların kıyafet alışverişi yapmaya ve giyinmeye erkeklerden daha fazla zaman ve çaba harcadıkları ve bu konuda hem daha çok övgü ve eleştiriye neden oldukları kanısı mevcuttur. Ancak, elbette, bir daha asla oynamayacağı

bir role hazırlanan bir oyuncu da öyledir. Bir görünüm yaratma konusundaki çaba, ille de bu görünümle derin ve kalıcı bir özdeşleşme kurmak anlamına gelmez. (Bu argüman, kadın modasının erkeklerinkinden çok daha hızlı değiştiği gerçeğiyle örtüşür.)



217



218



219

QUEEN CASUALS

for girls who know the answer's



220



221

SEND TOO MUCH FOR CROWN



222

FRANGIER THINKS AMERICA



223

224-243. Yetişkinler çocuklarla yakalamaca-kovalamaca ve yakalayıp sıkma gibi şakacıktan saldırı oyunları oynar. Çocuğa, şakacıktan bir avcının saldırısı altındaki bir av gibi davranılır. Bazı malzemeler (yastıklar, su spreyleri, hafif plaj top-ları) vurabilecek ancak incitmeyecek silah niyetine kullanılır. Diğer malzemeler ise, ele geçirilen bedenın güvenli bir şekilde fırlatılabileceği yerleri sağlar –yatak, kar yığınları, havuzlar ve kollar. Anlaşılan o ki erkekler bu oyunları kadınlarla da oyna-maktadırlar. Kadınlar kaçmaya teşebbüs ederek, korku, endişe ve rahatlama çığlıkları atarak bu oyunda işbirliği yaparlar. (Figür dansı yerleşik bir örnek sunar, zira havaya fırlatılan partner asla erkek değildir.) Tabii ki, bu gösterinin altında bir erkeğin daha ciddi bir derdi de olabilir. Kısmen şakacıktan saldırının «eğlenceli» olmasından ve iş yerlerinden ziyade tatil sahnelerinde daha muhtemel olmasından dolayı tüm bunlar reklamlarda sıkça temsil edilir.



224



225



226





234



235



236



237



238



239



241



240



242



243

244-246. Bir kadınla fotoğrafı çekilen erkek kolunu uzatır, bunu yaparken aslında toplumsal mülkünün sınırını belirle-
mekte ve onu saldırılara karşı korumaktadır. İma edilen şeyler-
den biri, bu minyatür sınır devriyesinin, özellikle söz konusu
kadın aynı zamanda erkeğin otoritesine uygun bir işle uğraşır-
ken görülmesidir.



244



245



246

247-249. Burada ilkin mikroekolojiye ilişkin unsurlar vardır: birinin yanında ya da yakınında, o kişiye dokunarak ya da dokunmadan oturmak ya da ayakta durmak. Bu düzenleme fiziksel karakteri ve toplumsal içerimleri açısından simetrik, özünde rollerin ya da statü ayrımının aktarımı söz konusu değildir.



247



248



249

254-260. "Birinin omzunu tutma", tutan kişinin, omzu tutulan kişiden az çok uzun olmasını ve tutulan kişinin yönlendirmeyi ve kısıtlılığı kabul etmesini gerektiren asimetrik bir konfigürasyondur. Bu düzenlemede genellikle ikilinin konumları yer değiştiremez. Yetişkin karşıt cinsler arasında kullanıldığında bu işaret cinsel olarak gizil bir sahiplenmeyi ifade eder gibidir.



254



255



256



257



259

Juniper Wood was sold for 15,000 equivalents of the different neighborhoods in the market showed that

ing false doctrine. "None of the men who shot my daughter," he told reporters, "asked her, 'Who did your father write down letters?'"

over again. The new panel, completed after seventeen days of drying, was largely blue-white, with no visible bands and few apparent distortions—among them a Por-



The Ellsbergs arrive at exactly 8 as predicted in the case!

TRIALS: The Purloined Papers?

The case of the Pentagon papers had

President Nixon, a scholarly Mind former counterintelligence agent, opened for the government by methodically be-



260

261-269. Son olarak da el ele tutuşma. Yetişkin bir erkek ve kadın arasında söz konusu olduğunda muhtemelen cinsellik içeren özel bir ilişkiyi ima ettiği görülür.¹³ Bu, görelî bir eşitliği ifade eden görece simetrik bir ilişki işaretidir. Ancak fiziksel asimetri, erkeğin kadının elini tutma eğiliminden tespit edilebilir zira bu, acil bir durum ortaya çıkması halinde elini hemen bırakıp durumu çekip çevirmeye hazır olduğu emaresini olannaklı kılar. Fiziksel olarak elinin tersinin muhtemelen olası bir tehlikeye karşı duruyor oluşu bir parça da olsa koruyuculuğu sembolize eder.



261



262

El ele tutuşmanın yönlendirici potansiyeli reklamlarda öne çıkarılabilir.

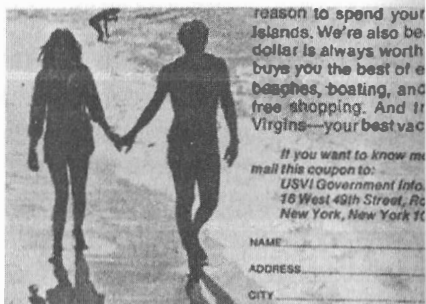


263

¹³ Genel olarak ilişki işaretleri ve bilhassa el ele tutuşma Goffinan'da (1971: 188-237) ele alınmıştır.



264



265

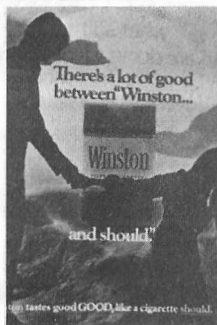


266



267

Bir başka tema da, tutunacak sağlam bir destek işlevi gören erkek temasıdır.



268

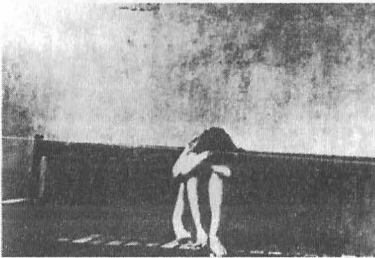


269

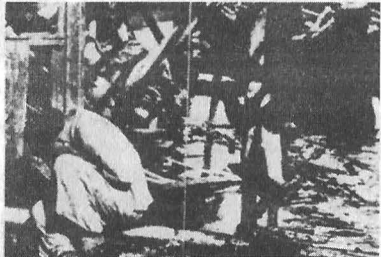
Geri Çekilme İzni

Görünen o ki, erkeklerden daha çok kadınlar, onları içinde bulundukları toplumsal durumdan psikolojik olarak bütünüyle uzaklaştıran, nasıl tepki vereceklerini bilemedikleri ve muhtemelen bu nedenle de orada bulunan (ya da bulunmayan) diğerlerinin korumasına ve iyi niyetine muhtaç oldukları ilişkiler içinde görüntülenirler.

270-294. Duygusal bir tepki, bireyin yüz ifadesinin kontrolünü kaybetmesine, yani “taşmasına” yol açtığında, kişi, orada bulunan diğerlerinden uzaklaşarak ya da yüzünü, özellikle de ağzını elleriyle kapatarak bu kusuru kısmen gizleyebilir. Burada, ekseriyetle gençlerle ilişkilendirilen bir dışavurum türünün ritüelleştirilmesi söz konusudur, çünkü hareket bir şeyin gizlendiği gerçeğini gizleyemez. Ayrıca, etrafta olan bitene ilişkin anlık bir körlük durumu ortaya çıkar –oysa geri çekilmenin kendisi gerçek bir tehdide bir tepki olarak vuku bulduğunda bu bilhassa boş ve uyumsuz bir tepkidir.



270



271



272



274



276



273



275



277



278



279



280



281



282



283



290



President Nixon laughing at a remark by Anatoly A. Dobrynin, the Soviet Ambassador, during a performance by the University of Minnesota Band in the White House Rose Garden.

291



292



293



294

295-309. Nasıl ki ağzın elle kapanması yüzün kapanmasının hafifletilmiş bir biçimi olabiliyorsa, ağza götürülen bir parmak da onu elle kapamanın hafifletilmiş bir biçimi olabilir. Ancak burada başka bir ritüelleşme daha yaygın görünüyor: parmağın emilmesi veya ısırılmasının hafifletilmiş bir biçimi. Burada, bir endişe, derin düşünce ya da başka bir şey silsilesinin asıl ilgi odağından ayrıldığı, apayrı biçimde ve düşüncesizce sürdürüldüğü izlenimi söz konusudur. Her halükarda, yüz, kişi görebilse de tamamen görülemeyecekmiş gibi kısmen kapanmıştır ve dolayısıyla da kişi, elini ve yüzünü karşılıklı etkileşimin dışında kullanmakta serbest gibidir.



295



296



297



298



299



300



301



302



303



304



305



306



307



308



309

310-320. Parmakların birbirine değdiği pozisyon, parmağın ağza götürülme hareketinde karşılığını bulan aynı ayırık özbenlik iletişimini akla getirir, ancak daha da hafifletilmiş bir şekilde. Parmağın ağızdan başka bir yere kaydırılması kabul edilebilir bir olasılıktır.



310



311



313



312



314

321-322. Bakışlarını birinin üzerinden uzaklaştırmak, verili bir iletişimin baskısından kaçınmanın, sonuç olarak da doğrudan bir denetimden kurtularak bir şekilde kendi duygularınızın dizginleri ele almasına izin vermek olarak görülebilir. Ancak bakışlarını kaçırma davranışta bir kaçış imlemez, onun yerine, başka bir uyaran kaynağına bir tür kendinizi bırakma ve ona güvenme söz konusudur.¹⁴



321



322

14 Bu süreç James Joyce'un *Sanatçının Genç Bir Adam Olarak Portresi*'ndeki bir sayfada en tanınmış yazınsal karşılığını bulur, Mailer'a atfedilen romanlardaki cinsiyetçiliğin usulca ve derinden akabileceğini göstermek açısından bu sayfanın tamamını aktarıyorum:

Önünde derenin orta yerinde bir genç kız duruyordu, yalnız ve kıpırtısız, denize bakarak. Büyülenerek garip ve güzel bir deniz kuşu biçimine getirilmiş birine benziyordu. Uzun, ince çıplak bacakları bir turnanın kiler gibi narindi ve tertemizdi, yalnız zümrüt renginde ince bir yosun bir işaret olarak yerleştirmişti kendini ete. Daha dolgun ve fildişi gibi açık renk bacakları neredeyse kalçalarına kadar çıplaktı ve donunun beyaz dantelleri ak yumuşak kuş tüyünü andırıyordu. Koyu mavi eteği beline yiğitçe dolanıp iştirilmiş, arkasında bir kumrunun kuyruğu gibi düğümlenmişti. Göğsü bir kuşunki gibiydi, yumuşak ve küçük, küçük ve yumuşaktı koyu renk tüylü bir kumrunun göğsü gibi. Ama uzun açık renk saçları genç kızımsıydı; ve genç kızımsı, ve ölümlü güzelliğini harikasıyla bezenmişti yüzü. Yalnız başına ve kıpırtısız denize bakıyordu; onun varlığını ve gözlerinin tapınmasını sezince gözleri ona doğru çevrildi bakışına sessizce katlanarak, utangaçlık ya da işvelilik göstermeden. Uzun, uzun bir süre katlandı bakışına, sonra gözlerini yavaşça onunkilerden ayırarak dereye doğru çevirdi, suyu ayağıyla hafifçe oraya buraya iterek. Hafif hafif kıpırdayan suyun ilk küçük gürültüsü sessizliği bozdu, alçak, hafif ve fısıltılı, uyku çanları kadar hafif; oraya buraya, oraya buraya ayağıyla karıştırarak; ve hafif bir alev titredi yanığında.

Ey ulu Tanrı! diye haykırdı Stephen'ın ruhu, dünyevî bir sevinç taşmasıyla. [*Sanatçının Genç Bir Adam Olarak Portresi*. Çev. Murat Belge. İletişim, 1994]. Etolojik kaynak Chance'dir (1962).

323-338. Başını/bakışlarını çevirme. Anlaşılan o ki başın aşağıya çevrilmesi, bir bağlılığı ifade etse de dikkati mevcut durumdan uzaklaştırmaktır. Elde edilen şey, kişinin duygularının geçici bir süre gizlenmesidir —elbette, böyle bir gizleme girişiminde bulunulduğu gizlenemese de. (Başını yana yatırmada olduğu gibi, boy kısalmı ve tâbi olma sembolü haline katkıda bulunur.) Yalnızca gözlerini kaçırma görünürde aynı işleve sahip olabilir.

Muslim leader from the northern town of Zgharta. The predominantly Muslim, tribal coalition called the National Movement, led by Kamal Jouhad, has



POPE PAUL VI, EGYPTIAN PRESIDENT ANWAR SADAT AT THE VATICAN

clashed fight controls as all roads into Lebanon. Syria forces under Syrian command set up roadblocks around Beirut airport, and the Syrian army pointed the

to 1953. The Pope from the Vatican is busy among other Middle East with an expedition to the Palestinian people. President Yitzhak Rabin by international supporters that for to add \$350 million in U.S. aid since this year. Just Kissinger promised that Rabin during Washington that would not expect a money. Rabin will signal that Israeli Rabin on Capitol Hill. Since then, just saying has received "financial discipline" toward Rabin and as were further annex "American annex

323



324



A state dinner for Queen Elizabeth II in a Washington visit to her former husband

325



326



327



328

n Belair Filter Longs.
in taste.



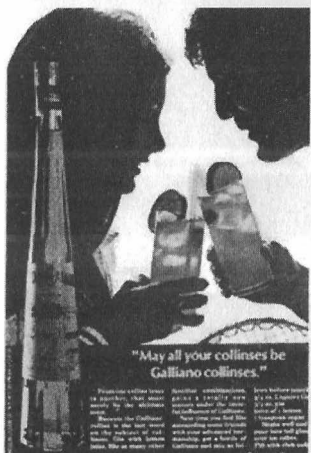
329



330



331



"May all your collinses be
Galliano collinses."

Francisco collinses have
in quarters, that were
ready for the ultimate
party.
Reveals the Galliano
collinses in the new world
on the horizon of cal-
ifornia. The only collinses
collinses. Like in many other
collinses, collinses
point a totally new
collinses under the stars
the influence of collinses.
Now you can find the
collinses in the new world
with your advanced collinses
collinses. get a bottle of
collinses and see to it.

Even before you
get a bottle of
Galliano collinses
you can find
the collinses in
the new world
with your advanced
collinses. get a bottle
of collinses and see to it.

332



333



334



335



336



337



338

339-347. Gerçek toplumsal durumlarda ve fotoğraflanmış olanlarda, kişi bakışlarını büyük ölçüde sahneden çekebilir ve zihni içinde bulunduğu durumdan tamamen uzaklaşsa bile, gördüğü şeye sadece ayırık bir ilgi duyduğu izlenimini verecek şekilde bakışını sabitleyebilir; o, psikolojik olarak “uzaklarda”-dır. (Buna örnek olarak, anlamsız şeyler çiziktirmek ve orta mesafeli bakışlar fırlatmak sayılabilir, ancak bu iki davranış biçiminin başka bir toplumsal düzenlemede de olabileceği unutulmamalıdır, yani bireyin, bir yandan gördüğü hiçbir şeyin dikkatini çekmediğini ima ederken diğer yandan başka birisinin söylediklerine kulak kabartması durumunda olduğu gibi.)



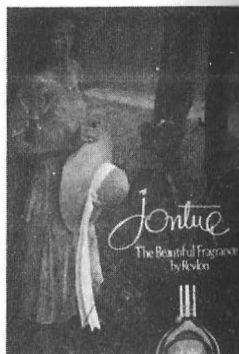
339



340



341

[illegible]

348-372. Reklamlarda kadınlar bir erkekle yakın temas halindeyken bulundukları çevreden zihinsel anlamda uzaklaşırken (yani “kaçarken”) gösterilir sanki erkeğin çevresine verdiği canlılığı ve ortaya çıkabilecek herhangi bir şeyle baş etmeye hazır oluşu ikisi için de yeterliymiş gibi. (Aynı zamanda, erkek ihtiyatlı, her şeyi kolaçan eden bir tavır da takınabilir.) Böylece karşımıza çıkan “sabit sürüklenmeler”dir. Farklı görsel odak noktaları söz konusudur.



348



349



350



351



352



353



354



355



356



357



358



359



id a mildar moment

360



361

L'Amant
Chaque moment précieux
vous en fait un instant.

L'Amant de Co

362

JOD-NATURED WHISKY



IMPERIAL

363



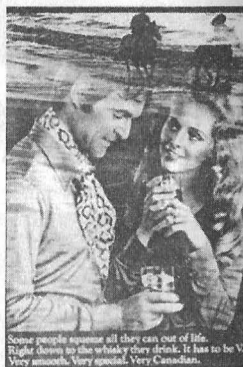
364



365



366



367 (Ayrca bkz 335)



No ordinary instrument for them.
They're into Spanish music now. And only a 12 string guitar will do.
Their cigarettes? Viceroy.
They won't settle for less.
It's a matter of taste.
Viceroy gives you all the taste...all the time.

368



369



A touch of me like a touch of you.

371



370



URAL MENTHOL...not the artificial kind.
It gives Salem a taste
fresh or hot.
Salem tastes
Springtime
every Salem.

372

373-375. Telefonda konuşmak, dikkatin yakındaki sah-
neden haliyle uzaklaşması anlamına gelir ve orada olabilecek
olaylara uyum sağlama ve hazır olma eksikliğini de beraberin-
de getirir. Bunu kontrol etmenin yolu konuşmanın süresini ve
hakkında konuşulan şeye yönelik ilgiyi sınırlamaktır. Kadınlar
reklamlarda bazen telefonda zevkle konuşurken, kendilerini
düşsel ve tahminen uzun uzadıya konuşmaya kaptırmışken
gösterilir.



373



374



375

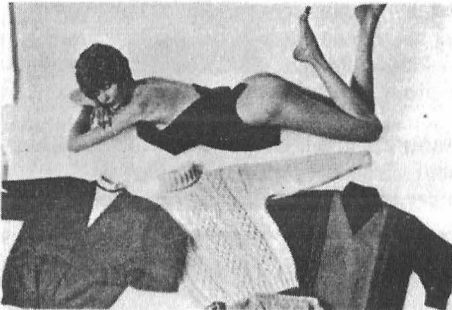
376-378. Reklamlarda kadınlar yalnızca yerde ya da yatakta uzanmış halde değil, aynı zamanda sanki bedenleri bağımsız biçimde hareket ediyormuş gibi, örneğin kâğıt üzerine bir şeyler karalarken olduğu gibi bacaklarını bükmüş bir halde poz verirler. Buradaki istisna ayrık davranışın büyük ölçekli oluşudur. Bu yüzden de dikkat sahnenin genelinden geri çekilir.



376

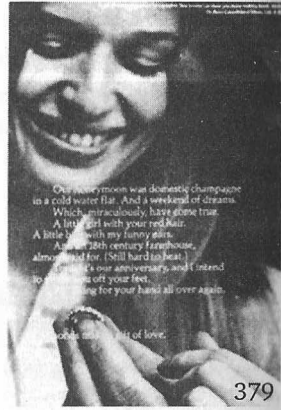


378



377

379-395. Kadınların reklamlarda duygusal tepkiler de dâhil ilişkiler yoluyla kendilerini içinde bulundukları toplumsal durumlardan erkeklerden daha çok geri çeker gibi göründükleri daha önce belirtilmişti. Burada zevk, keyif, gülme ve coşku durumları gibi kendinden geçme tepkileri belirgindir. Yine burada ima edilen, belki de kadınların —tıpkı elinde dondurma külahı tutan bir çocuk misali— içinde bulundukları anda gerçekleştirdiklerinden nihai bir doyum sağlayabilmeleridir.¹⁵ Sonuç olarak,



379

¹⁵ Benzer bir savı Komisar (1972:306-307) ileri sürmüştür:

Eğer televizyon reklamlarına inanacaksak, Amerikalı kadınların çoğu kalıcı, ayna gibi parlayan, limon kokulu, spreyl mobilya cilasıyla bir güzel parlatılmış masa ve dolapların görüntüsünden ve kokusundan zapt edilemez bir şekilde kendilerinden geçmektedirler. Ya da insanın gözü-nü alan çamaşırların beyazlığı ve kıskançlıktan çatlayan komşuları onları mest edip havalara uçurmaktadır. Johnson Cilası reklamındaki ev kadını yemek odasındaki masayı sevgiyle kucaklar çünkü harika bir parlaklığa sahiptir; ardından kendini alamayıp odanın her tarafını cilalamaya başlar ve kendini bir köşeye sıkışmış halde bulur, öyle ki oradan kurtulmak için mobilyaların üstünden atlamak zorunda kalır. Bold deterjanı reklamında bir kadın derin depresyona girmiştir çünkü çamaşırları komşusununki kadar parlak değildir.

Dikkat ettiyseniz, reklamlarda bir erkekten hediye alması üzerine sevinçten çılgına dönen bir kadın görmek yerine, erkeğin kadının göremeyeceği bir noktada elinde bir şey tuttuğu (bazen bunu ondan gözünü kapatmasını isteyerek de sağlayabilir) ve tahrik edercesine, hayatına değer katacak olan ve sonuçta onu neşeli bir eziyete sokan şeyin ne olduğunu bilmesini istediği “Bil bakalım elimde ne var?” sahnesiyle karşılaşırız. Bir başka versiyonda hediye umulmadık bir anda, pat diye verilir, böylece hediyeyi alan bir anlığına neye uğradığını şaşırır, ardından da bir çocuk gibi sevince boğulur. Elbette anne-babalar bu şakacı şımartma numaralarını çocuklarına sıklıkla yaparlar ve bu numaralar, daha önce üzerinde durduğumuz denge durumuna tehdit oluşturan bir başka şakacı tehditle, yani şakacıktan saldırıyla birlikte göz önüne alınmalıdır.

nihayete erdirmeye dayalı bir “duygu patlaması” söz konusudur.



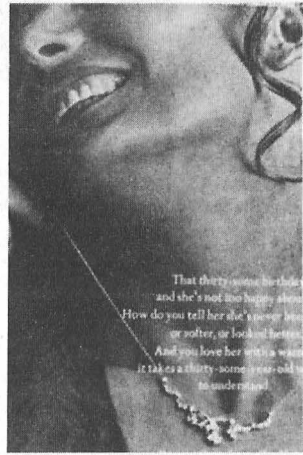
380



382



384



381



383



385



386



387

Bunun bir sonucu olarak, bir erkek ve kadın sevinçten havalara uçtukları bir durumda fotoğraflandıklarında, kadının erkekten daha neşeli bir ifade sergileme olasılığı yüksektir, ki bu, daha önce ileri sürülen ve örneklendirilen, kadınların hem gerçek sahnelerde hem de ticari olarak tasarlanmış olanlarda erkeklerden daha çok gülümsedikleri yönünde toplumumuzda yer bulan savla uyuşur.

BREATHING EASY
Who needs that kind of

any After Six intro-
we Citizens Protection
has the promise

**FLIRTED NOW AND WE WILL
GET FOR AT LEAST FIVE YEARS.**

If, you've got until
your fiancé's stood in
at just for the expected
to business
nd testimonial dinners
3 star of the morning

**after
Six**

WING PINK WALK CATHARTIC
1290 Ave. of the Americas New York,
22nd and Market Streets, Phila



388



389



390



391



392



393



394



395



401



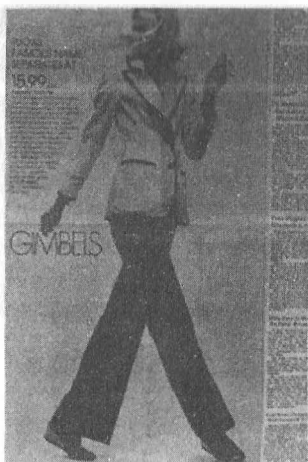
402



403



404



405



406



407



408

409-437. Bir kişinin arkasından sarılma, aradaki mesafeyi, farklılaşan bir ifadeyle kaplama fırsatı sunar ve neticede kişinin kalkanını hileli bir şekilde boşa çıkartmayla sonuçlanır.



409



410



Diana Rigg and Menachem Gueffen

411



412

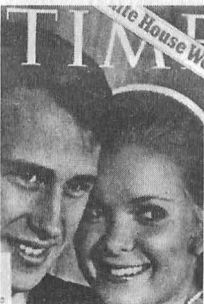


Exon with Unipol: Hatchlings 1:1

Song and Dance Man

This is the case of Bob Fosse, the man at which the film takes direct aim. Examples were Jack Ruby's last dance with Marjorie Jackson & the

413



414



415

The spirit is in the spirit, the spirit is in the spirit, the spirit is in the spirit.



417



419

So smooth, it's the fastest-growing
Light Whiskey in America.



416



418



420



421



422



423



424



425



426



427



428



429



430



431



432



433



434



435*



436



437

* Burada yalnızca fiziksel konumun söz konusu olduğu düşünülmemeli. Erkekler hep arka pozisyonda, çekingenlik ve bağımlılık dışında her şeyi akla getirecek bir tarzda fotoğraflanırlar (örneğin, bkz. 100-14 ve 244-61 numaralı fotoğraflar).

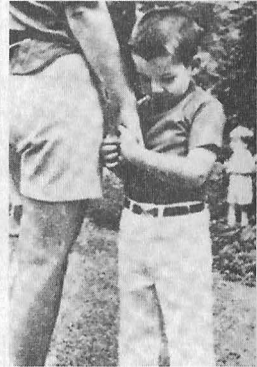
438-478. Sokulmak: Primatlar arasında yavrular rahatlık ve koruma amacıyla annelerinin bedenine yönelirler ya da yönlendirilirler, böylece annenin kolları arasında bazen çevredeki durumdan daha da yalıtılırlar. Çocuk açısından ebeveyn rolündeki herhangi bir yetişkin, kollarına sokulabilinecek bir niteliğe sahip gözüксе de, belki de emzirme pozisyonu prototiptir.¹⁶ Çocuk büyüdükçe, bu pratiğin nesnel olarak sağladığı kendini çevreden yalıtma tedricen azalır; nihayetinde, bu yolla edinilmiş geri çekilme yalnızca ritüel kabilinden olabilir. Bu sokulma pratiğinin biyolojik kökenleri ne olursa olsun, reklam fotoğraflarının formüle edilmesinde bir kaynak işlevi görür.



438



439

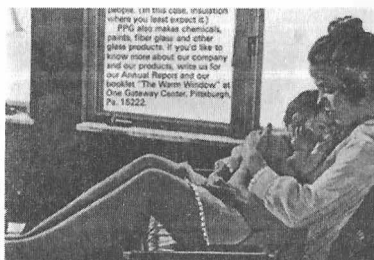


440



441

¹⁶ Bu postürlerin etolojik analizi Eibl-Eibesfeldt'te (1972 : 120-124) sunulmuştur. Profesör Eibl-Eibesfeldt'e *Love and Hate*'de yer alan bu üç fotoğrafı (192, 283 ve 284) kullanmama izin verdiği için çok minnettarım.



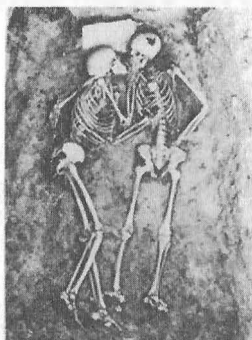
442



443



444



The Haganu lovers

A 19th-century couple who were buried together in a shallow grave in the Haganu cemetery in the city of Haganu, Israel. The couple was found in 1980 and their remains were reburied in a more dignified manner.

445



446



447



448



reflecting the wave of American cultural change.

449



451



450

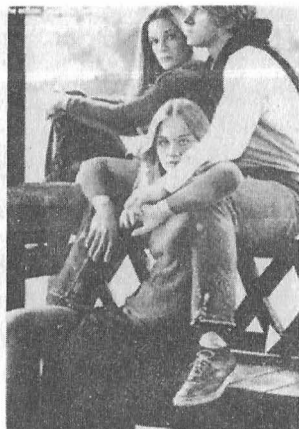


He uses
the same line
on everyone.

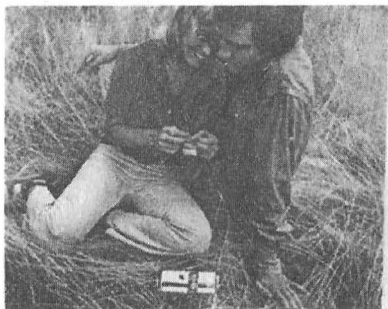
452



453



454



455



456



457



458



459



460



461



462



463



464



Wool. It's got life.

465



466



467



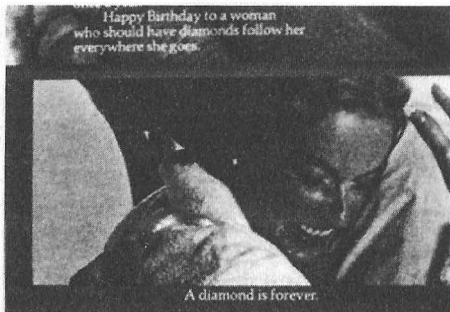
468



469



470



476

**blue shirt isn't
what it used to be.**



477



478

479-486. Burnuyla dokunmak –anlaşılan sokulmanın hafif bir biçimi– yüzü, özellikle de burnu cinsel ilişkide bir tür ikame etmeyi içerir. Şu halde, en azından fotoğraflarda, burunla dokunma, söz konusu durumun tamamıyla mevcut olmayışından ötürü, kısmi bir geri çekilmenin bir biçimini ifade eder gibidir. En azından fotoğraflarda görülen şey, kadınların burunlarıyla çocuklara dokundukları ancak anlaşılan erkeklerin bunu yapmadıklarıdır. Gerçekten de bazen kadınların, fotoğraflarda burunlarıyla nesnelere dokundukları da görülür. Ve elbette fotoğraflarda kadınların erkeklere burunlarıyla dokunduğu da görülür.



479



480

it are better inside



Outsid
no s
met
Inside:
deli
anc
that

481



482



483

A ward-winning combination

With Dermassage, all you add to your self-love is the pleasure of your fingertips. Dermassage lets you provide gentle, soothing firm to reduce cellulite against lines, helping to prevent dark spots and wrinkles. It's perfect with an anti-thrombotic and anti-inflammatory. Refreshes and dehydrates without leaving a scent. And it's hypo-allergenic.

Dermassage leaves you a sense of welcome comfort on tender, clammy-skinned skin. And there's another bonus for you. While you're working gently with Dermassage, you're also working and stretching your hands.

Try Dermassage. Let your fingers do the talking.

dermassage
an anti-thrombotic product

MADE IN FRANCE

484

Divisumma 18.
The electronic
printing
calculator
with the skin
you love
to touch.

Get mathematically involved with Olivetti.

OLIVETTI DIVISUMMA 18. A 16-digit electronic calculator with a built-in printer. It features a large, tactile keypad and a small display screen. The calculator is designed to be used with the skin you love to touch.

485

The Lambert Look

The Lambert Look in gold and diamond jewelry is young and fresh, contemporary—and timeless, bridal sets like these, in 18 karat sculptured yellow gold. Top: Diamond solitaire.

486

487-496. Bir bireyin bir başkasını sarıp sarmalaması, gayri şahsiliik dışında her şeyi içerebilen bir hareket gibi görünür. Ancak (bana öyle geliyor ki) bu, gayri şahsi bir eğilim taşıyan şeyle ilintilidir, yani başka birinin bedenini, sahibine açıkça atıfta bulunmadan, kolunu ya da bacağına dayayıp dinlenebileceği bir nesne olarak, canının istediği gibi kullanılabileceği bir şeymiş gibi kullanmayla ilgilidir, kısacası, toplumsal anlamda karşılık veren biri değil de fiziksel bir olanak olarak. Pek çok durumda, bir başkasını bu türden yaslanacak bir şey olarak kullanmanın zayıflatılmış, çok ritüelleştirilmiş bir sarıp sarmalama biçimi olduğuna dikkatiniz çekerim. Ayrıca, bir başka nokta, temasta cinsellik içermeyen bir ima bulunması ve en azından reklamlarda kadınların (yetişkinlere göre çocukların çokça yaptığı gibi) görünüşte bir erkeğin vücudunu bu faydacı yolu takip ederek, erkeklerin bir kadının vücudunu kullanmasına nazaran daha fazla kullanma iznine sahip olmasıdır. Burada, bir kadının bir erkeğe göre cinsel niyetlerinin olması ihtimalinin daha düşük olduğu ve bu yüzden de bir kadının erkek vücudunu kullanmasını ihtimalinin bir erkeğin kadın vücudunu kullanması ihtimalinden az olduğu varsayımı söz konusudur. (Tabii ki, ilave bir faktör, bir erkeğin bir kadının ağırlığını tersi duruma göre çok daha kolay taşıyabileceği anlayışıdır.) Dikkatinizi şuna da çekmek isterim: Burada göz önüne alınan kofigürasyonlar, kişisel bir ilişkisi, özellikle de cinsel potansiyele sahip ilişkisi olan bireyleri içeriyor. Daha az samimiyet içeren ilişkilerde, dokunma izni farklı bir örüntüye sahiptir. Erkekler, kadınlarla sözlü ilişkilerini, onlara elleriyle dokunmak suretiyle destek, koruma, iyi niyet ve anne-baba şefkati göstererek keserler; bu, kadınların erkeklerle olan ilişkilerinde görünüşte kolayca sahip olamadıkları bir yetkidir (bkz. Henley 1973).

thing black & white TV?
3K05 if Q
NEW BALLGAME!



487



The boy by Mrs. Gayin.
The boy's shirt by Kaynee.

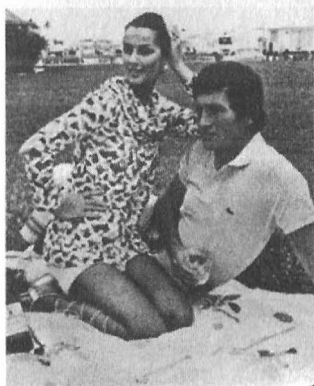
488



489



490



491



492



493



494



495



airport 496

497-500. İki kişi arasında gerçek hayatta ve fotoğraflarda görülebilecek kadar çok standartlaşmış asimetrik bir konfigürasyon “acıyı paylaşma amaçlı kucaklama”dır. İki rolde de cinsiyet kombinasyonları söz konusudur, görünen o ki bir şartla: Kadınların erkekleri bu amaçla teskin ederken fotoğrafı pek görülmez.¹⁷ İster gerçek hayatta ister fotoğraflarda olsun, burada formalizasyonun mükemmel bir örneğini —birçok farklı konfigürasyonun bir ritüel manevra kalıbına indirgenişini —görürüz.



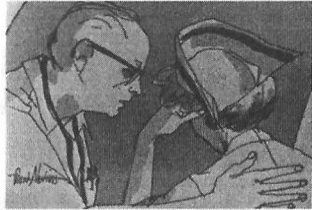
497



498



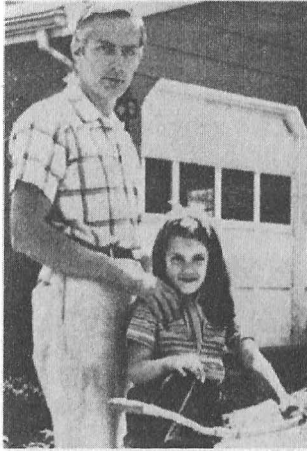
499



500

¹⁷ Aslında mesele biraz daha karışıktır. Zira kadınların kadınlara ya da erkeklere sunabileceği, erkeklerin de kadınlara sunabileceği ancak diğer erkeklere sunamayacağı destekleyici, bağlanmaya dayalı birçok ritüel pratik vardır. Öpmeyi ve “tatlım”, “canım”, “sevgilim” gibi sevgi ifade eden sözcükleri örnek olarak sırlayabiliriz. Gerçekten de, geniş bir yelpazedeki destekleyici pratiklerin, yetişkinlerin çocuklara sundukları bir şey olarak başlayıp, ardından kadının kadına, kadının erkeğe, erkeğin kadına ve erkeğin erkeğe sunduğu bir takım dizilimle büyüyen ortak ve doğal-sosyal tarihi olabilir.

501-508. Acıyı paylaşma amaçlı kucaklayış, daha hafifletilmiş, aşırı ritüelleştirilmiş bir biçimde, yani bir tür takdirin ya da ahlaki tasdikinin bir belirtisi olarak da karşımıza çıkar. Aynı şekilde reklam fotoğraflarında kadınlar erkeklere bu türden bir desteği verirken pek görüntülenmezler.



501



502



503



RE SCHREIBER, a graduate of Purdue, and a Volunteer in Tanzania

504

But you've told him plenty.



On the subject of drinking, it's not only what you say, it's how you act.

The Adam's Apple brandy is made from the finest grapes in France.

505



The Adam's Apple

Introducing the new Adam's Apple brandy.

A whole new world of brandy is now yours.

Apparently, our Adam's Apple brandy is the only brandy in the world that is made from the finest grapes in France.

One glass will make you feel like a king.

One glass will make you feel like a queen.

One glass will make you feel like a prince.

One glass will make you feel like a princess.

One glass will make you feel like a king and queen.

One glass will make you feel like a prince and princess.

One glass will make you feel like a king and queen and prince and princess.

506



507



Did you know that the Queen of England wanted home china for her wedding table, she chose Aynsley?

Oh, yes, dear, and when the president's daughter wanted crystal, she chose Waterford.

508

SONUÇ

Burada ele aldığımız hususlar, görsel olarak erişilebilir davranış tarzları aracılığıyla ticari reklamlarda temsil edilen şeyler oldukları ölçüde toplumsal cinsiyetin “doğal” ifadeleridir. Ben- ce, bir incelemeye tâbi tuttuğumuzda bu ifadelerin, iki cinsiyetin ve birbirleri arasındaki yapısal ilişkilerin ideal algılanışını betimleyen ritüel benzeri davranış parçalarının örnekleme- si olduğu ortaya çıkar —ki bu kısmen yine ideal olarak aktörün toplumsal bir durum içinde hizaya girmesi ile gerçekleşir.

Kuşkusuz, reklamlardaki fotoğraflar “tabii ki doğal” gözük- sün diye dikkatlice icra edilmiş pozları içerir. Ancak burada iddia edilen şey, gerçek toplumsal cinsiyet ifadelerinin de sa- natkârane pozlar olduğudur.

Öyleyse, ritüel açısından bakıldığında, reklamlarda betim- lenen sahnelerle gerçek hayattan alınan sahneler arasındaki fark nedir? Verilecek yanıtlardan biri “hiper-ritüelleştirme” olabilir. Ritüelleri karakterize eden standartlaştırma, abartı ve sadeleştirme genelde reklam pozlarında genişletilmiş bir ölçü- de ve çoğunlukla bebensilik, alay ve diğer gayri ciddiyet biçim- leri olarak yeniden kipleştirilmiş halde görülür. Bir başka yanıt düzenleme aşamasında bulunabilir. Bir ticari reklam fotoğrafı; fiiliyattaki bir durumun dışarıda bırakılan ve sergilenmeyen tüm unsurları ve anlamlarıyla birlikte toplumsal ideallerin ri- tüelleştirilmesidir. Günlük hayatta biz de gizli ittifaklarla, aynı türden “doğal” ifadeleri ortaya koyarız, ancak bunu eylemleri- mizin belli anlarında —hakkında fazlaca bir şey bilmediğimiz bir işleyişin belirlediği törenlerde, şefkat gösterme, arkadaş-

larımıza sığınma ya da gündelik akış içindeki benzer anlarda— gerçekleştirebiliriz. Bu yüzden hem reklamlarda hem de hayatta renkli pozlar vermeye, dışsallaştırmaya ilgi duyarız; ancak gerçek hayatta hatırı sayılır miktarda yavan bir görüntü yığınınına da maruz kalırız. Yine de, ister bir fotoğraf için poz veriyor olalım ister gerçek bir ritüel eylemi yerine getiriyor olalım, ortaya koyduğumuz, şeylerin nasıl olması gerektiğini tanımlayan bir tazyik altında sunduğumuz ideal bir temsildir. Gerçek hayatta bir erkek bir kadının sigarasını yaktığında geçerli olan varsayım, kadınların fiziksel açıdan bir şekilde sınırlı, el üstünde tutulması gereken nesneler olduğu ve bütün uğraklarda onlara yardım edilmesi gerektiğidir. Ancak cinsiyetler arasındaki ilişkiye dair bu “doğal” ifade, bu birazcık kişilere-rası ritüel, sigara reklamındaki temsili çifte kıyasla cinsiyetler arasındaki ilişkinin belki de daha doğru bir yansıması değildir. Doğal ifadeler, dünyanın bir yorumunu en az reklamcılarının karşı karşıya kaldığı kadar şaibeli ve aldatıcı koşullar altında pazarlamak üzere icra edilen reklamlardır.

Reklamcılar, kullandıkları ritüelleşmiş ifadeleri kendileri oluşturmazlar; adeta, dâhil olduğumuz toplumsal durumlarda hepimizin yararlandığı aynı repertuardan, aynı ritüel ifadelerden faydalanırlar ve amaçları da aynıdır: yaşamın olağan akışında göze öylesine ilişen eylemleri daha okunaklı hale getirmek. Bir anlamda, reklamcılar geleneklerimizi gelenekselleştirir, hâlihazırda stilize edilmiş olanı daha da stilize ederler. Kurguları sadece birer hiper-ritüelleştirmedir.

KAYNAKÇA

Bateson, Gregory, and Margaret Mead

1942 *The Balinese Character*. New York: New York Academy of Science.

Chalfen, Richard

1975 "Cinéma Naiveté: A Study of Home Moviemaking as Visual Communication". *Studies in the Anthropology of Visual Communication* 2:87- 103.

Chance, M. R. A.

1962 "An Interpretation of Some Agonistic Postures: The Role of "Cut-Off" Acts and Postures". Symposium of the Zoological Society of London 8:71-89.

Darwin, Charles

1872 *On the Expression of the Emotions in Man and Animals*. London: John Murray.

Eibl-Eibesfeldt, Irenäus

1972 *Love and Hate*. Geoffrey Strachan, trans. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Goffman, Erving

1971 *Relations in Public*. New York: Basic Books.

1974 *Frame Analysis*. New York: Harper and Row.

Henley, Nancy

1973 "The Politics of Touch". In *Radical Psychology*. Phil Brown, ed. Pp. 421-433. New York: Harper and Row.

Komisar, Lucy

1972 "The Image of Woman in Advertising". In *Woman in Sexist Society*. Vivian Gornick and Barbara K. Moran, eds. New York: New American Library.

Lesy, Michael

1973 *Wisconsin Death Trip*. New York : Pantheon.

Robinson, Dwight E.

1976 "Fashions in Shaving and Trimming of the Beard: The Men of the *Illustrated London News*, 1842-1972". *American Journal of Sociology* 81 (5) :1131- '114.1

Sudnow, David

1972 "Temporal Parameters of Interpersonal Observation". In *Studies in Social Interaction*. David Sudnow, ed. Pp.259-279. New York: The Free Press.

Weisstein, Naomi

1973 *Why We Aren't Laughing Any More*. MS 2:49-90.

Weitzman, Lenore J., Deborah Eifler, Elizabeth Hokada ve Catherine Ross

1972 "Sex-Role Socialization in Picture Books for Preschool Children". *American Journal of Sociology* 77(6) : 1125-1150.

Erving Goffman

Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet

Reklamlarda kadın bedeninin sunumuna ilişkin bu çalışmasında Goffman, mercek altına aldığı her bir reklam klişesinde, cinsiyetçi kodların, erkek ve kadın bedeninin birbirine göre konumlanmasından tutun da uzamın paylaşımına, oradan nesnelerle kurulan ilişkiye dek her ayrıntıya nasıl sızdığının maharetli bir analizine girer. Reklamlar, hiç şüphe yok ki, fazlasıyla abartılı bir “kurgudur”. Ancak bu, gündelik yaşamda gözlemlenebilecek cinsiyetler arası filli karşılaşma ya da sahnelemelere de aynı toplumsal referansların kaynaklık edebileceği gerçeğini değıştirmmez. Eğer böyleyse, izleyicinin bir reklamı “alımlayabilmesinin” ilk koşulu da burada yatar zira reklamcı ve izleyici, her ikisi de aynı toplumsal kodlardan hareketle “anlamlandırır.” İlki (reklamcı), sahnelerini kurarken, bu kodları “göze sokarcasına” abartılı kullanır (“kurgu” ifadesi tam da burada anlamını bulur). Burada reklamcı, “doğru metni-sözü” fısıldayan, sürekli hatırlatan bir toplumsal suflör gibi çalışır, fakat ilginçtir ki onu doğrudan ilgilendiren, performansın ya da pratiklerin kendisi değildir. Daha ziyade, verili bir ilişki tipinde ya da bir fikir karşısında ne hissetmemiz, nasıl davranmamız, nasıl düşünmemiz, kısacası farklı durumlarda ne olmamız, ne türden bir model-kalıp içerisinde yer almamız gerektiğiyle ilgilenir. Diğer (izleyici), bu toplumsal suflörü rahatlıkla anlar zira bu türden hatırlatma ya da ipuçlarıyla daha önce de karşılaşmıştır; ancak hiçbir zaman bir reklamcının sahnelemesinde aldıkları birebir ya da grotesk görünümleriyle değil, daha ziyade, gündelik deneyimlerin ya da sahnelerin kendine has seyrinde, belli-belirsiz, az-çok farkında olunan, dağınık, yer yer muğlak ancak her halükârda yapılandırıcı şekilleriyle...



/heretikayayin

