



sivil TOPLUM

Düşünce ve Araştırma Dergisi
Journal of Civil Society

02 | 8

ekim-aralık 2004

ISSN 1303-9377



9 771303 937003

Halime Yücel Altınel

Uğur Batı

Kader Tuğla

Aylin Nazlı

Ali Seyyar

Ali Budak

Cihan Aktaş

Ayşe Durakbaşı

Meryem Koray

Edibe Sözen

Çağlayan Kovanlıkaya Ergin

M. Cânân Arın

Burcu Birinci

Hakan Çopur

Murat Şentürk

SORUŞTURMA

Türkiye’de Kadın Olmak

RÖPORTAJ

Meltem Kurtsan: Peki Niye Öyleyse
Girişimciler Hep Erkek?

Türkiye’de Kadın

SİVİL TOPLUM

düşünce & araştırma dergisi

yıl 2 • sayı 8

ekim – aralık 2004

Ali Akdemir, *Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Ü.* | Bahattin Akşit, *Prof. Dr., ODTÜ* | Yasin Aktay, *Doç. Dr., Selçuk Ü.* | Bülent Aras, *Doç. Dr., Fatih Ü.* | Ömer Çaha, | *Doç. Dr., Fatih Ü.* | Şaban Çalış, *Doç. Dr., Selçuk Ü.* | Murat Çizakça, *Prof. Dr., Bahçeşehir Ü.* | Mustafa Erdoğan, *Prof. Dr., Hacettepe Ü.* | Erol Eren, *Prof. Dr., Doğu Ü.* | Korel Göymen, *Prof. Dr., Sabancı Ü.* | Şinasi Gündüz, *Prof. Dr., İstanbul Ü.* | Yusuf Kaplan, *Bilgi Ü.* | Lütfullah Karaman, *Doç. Dr., Fatih Ü.* | E. Fuat Keyman, *Prof. Dr., Koç Ü.* | Sadık Kırbaş, *Prof. Dr., Okan Ü.* | Talip Küçükcan, *Doç. Dr., İSAM* | Nuray Mert, *Doç. Dr.* | Süleyman Seyfi Ögün, *Prof. Dr., Uludağ Ü.* | Şennur Özdemir, *Yrd. Doç. Dr., Ankara Ü.* | Ali Yaşar Sarıbay, *Prof. Dr., Uludağ Ü.* | Edibe Sözen, *Prof. Dr., İstanbul Ü.* | Necdet Subaşı, *Yrd. Doç. Dr., Muğla Ü.* | İlkay Sunar, *Prof. Dr., Bahçeşehir Ü.* | Musa Taşdelen, *Prof. Dr., Sakarya Ü.* | İlhan Tekeli, *Prof. Dr., ODTÜ* | Mete Tunçay, *Prof. Dr., Bilgi Ü.* | Mümtaz'er Türköne, *Prof. Dr., Gazi Ü.* | Ali Murat Yel, *Dr., Fatih Ü.*

Gelecek Sayılar

Demokrasi

Ocak 2005

Devlet

Nisan 2005

Kalkınma ve Gelişme

Temmuz 2005

Eğitim

Ekim 2005

Sivil Toplum Dergisi

Sociological Abstract

Sociological Information

CSA World Wide Political Science Abstract

tarafından indekslenmekte ve özetleri yayınlanmaktadır.

Sivil Toplum hakemli bir dergidir. Gönderilen yazılar hakem raporuna göre yayımlanır. Dergide yer alan yazılardan yazarları sorumludur. Dergiye gönderilen yazılar yayınlansın yayınlanmasın iade edilmez.

SİVİL TOPLUM

düşünce & araştırma dergisi
[Journal of Civil Society]

Yıl /Year: 2 • Sayı /Issue: 8

Ekim – Aralık 2003

ISSN: 1303-9377

EDAM Adına İmtiyaz Sahibi / Publisher

Hüseyin Akkuş

**Genel Yayın Yönetmeni ve Yazı İşleri Müdürü /
Editor-In-Chief**

Lütfi Sunar (lsunar@edam.com.tr)

Editörler / Editors

Yasin Aktay (yaktay@yahoo.com)

Ömer Çaha (ocaha@fatih.edu.tr)

Yayın Kurulu / Editorial Board

Yasin Aktay | Ömer Çaha | Korhan Gümüş

Lütfi Sunar | Yılmaz Yaman

Redaksiyon
Saliha Yavuz

Dizgi ve Baskı Öncesi Hazırlık
EDAM

Kapak Tasarım & İç Düzen
Ahmet Karataş

Baskı
Alemdar Matbaası

Cilt
Dilek Mücellithanesi

Dağıtım

DPP (212) 611 1111
Atlas Yay. Dağ. (212) 511 6144
Kızılkulesi Kültür Mer. (216) 341 0865
Nobel (312) 434 3897

Abonelik

ABONET
Tel: (+90 212) 2227206
Faks: (+ 90 212) 2222710
E-mail: abonet@abonet.net
URL: www.abonet.net
Abone Dağıtımı: AKTİF DAĞITIM

İletişim

SİVİL TOPLUM DERGİSİ

Kısıklı Mh. Alemdağ Cd. Yanyol Sk. No: 5 Kat:1 Üsküdar 34692 İstanbul
Tel: (+90 216) 481 30 23 • Faks: (+90 216) 481 31 36
www.siviltoplum.com.tr / siviltoplum@siviltoplum.com.tr

SİVİL TOPLUM
yıl 2 • sayı 8
ekim – aralık 2004

İçindekiler

9-14

Reklâm ve Kadın

[Advertising and Women]

Halime Yücel Altınel

15-24

Bir İmge Analizi: Yeşil Gözler İçin Haçlı Seferleri

Batı Medyası Afgan Kızın Fotoğrafını Nasıl İkonlaştırdı?

[Analysis of An Image, Crusades For Green Eyes:

How the Western Media Has Iconized the Fotography of Afghan Girl]

Uğur Batı - Kader Tuğla

25-34

Beden ve Tüketim:

Tüketim Kültürü İçinde Kadın Bedenine Bir Bakış

[Body and Consumtion: An Overlook to

the Women's Body in the Consumption Culture]

Aylin Nazlı

35-40

Feminist Kadın Politikalarına Alternatif Olarak

Fitrî Cinsiyetler Politikalarının (Gender Mainstreaming) Doğuşu

[Gender Mainstreaming as an

Alternative to the Feminist Women Politics]

Ali Seyyar

41-48

Osmanlı Modernleşmesi ve Kadın

[Ottoman Modernization and Woman]

Ali Budak

49-66

Soruşturma: Türkiye’de Kadın Olmak

Cihan Aktaş “İnsan Hayata Simgelerle Tutunur”

Ayşe Durakbaşı “Kadınlık Durumu Bütün Kadınların Paylaştığı
Varoluşsal Problemdir”

Meryem Koray “Kadın Hareketi Bütüncül Bir Bakış Açısına Sahip Olmalı”

Edibe Sözen “Türkiye’de Erkekler Üzerinden Bir Kadın Siyaseti Hâkim”

Çağlayan Kovanlıkaya Ergin “Siyasetin Evrenselci Tutumu, Erkeği Merkeze Yerleştiriyor”

67-70

**Türkiye’de Kadın Sivil Toplum Kuruluşlarının
Kadınların Yasal Konumlarına Etkileri**

M. Cânân Arın

71-78

Peki Niye Öyleyse Girişimciler Hep Erkek?

Röportaj: Meltem Kurtsan

79-120

Tanıtım ve Değerlendirmeler

STK ve Proje Tanıtları: Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi Vakfı • Kadın Koordinasyon Merkezi • Hanımlar Eğitim ve Kültür Vakfı (HEKVA) • Kadının İnsan Hakları - Yeni Çözümler Vakfı • Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV) • Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı • Anakültür Bilimsel ve Kültürel Araştırmalar, Yayıncılık ve Üretim Kooperatifi • Ayrımcılığa Karşı Kadın Hakları Derneği AK-DER • Kadına Yönelik Şiddete Son! Kampanyası • Türkiye’de Kadın Bilgi Ağı Projesi • Uçan Süpürge Kadın İletişim Merkezi ve Yerel Kadın Muhabirler Ağı Projesi • Kadını Siyasette Güçlendirme Projesi •

Üniversitelerin Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezleri

Kitap Tanıtları: Burcu Birinci, Hakan Çopur, Murat Şentürk

Bir İmge Analizi:

Yeşil Gözler İçin Haçlı Seferleri

Batı Medyası Afgan Kızın Fotoğrafını Nasıl İkonlaştırdı?

UĞUR BATI - KADER TUĞLA

ÖZET

1985 yılında, National Geographic dergisinin kapağında, 12 yaşındaki bir Afgan kız çocuğunun fotoğrafı yayımlanır. Kocaman yeşil gözleri korku, dehşet, öfke ve şaşkınlıkla açılmış küçük kız, derginin en ünlü fotoğrafı, bir modern zaman ikonası olarak hafızalara kazınır. Amerikalı foto muhabiri Steve McCurry bu fotoğrafı, Afgan mülteciler hakkında National Geographic dergisinde yayımlanacak bir makale için, Pakistan'daki mülteci kamplarından birinde çekmiştir. Bu dönemde Afganistan, Sovyetler Birliği'nin işgali altındadır. Fotoğraftaki yüz, *gizemli, etkileyici* gibi sıfatlarla nitelenen bakışlarıyla, dünyadaki en meşhur yüzlerden biri olur. Sadece dergi kapağındaki bir fotoğraf olarak da kalmaz; kartpostal ve poster hâlinde binlerce kez çoğaltılarak bütün dünyayı dolaşır.

1985 yılında, National Geographic dergisinin kapağında, 12 yaşındaki bir Afgan kız çocuğunun fotoğrafı yayımlanır. Yeşil gözleri korku ve dehşetle açılmış kız, derginin en ünlü fotoğrafı, bir modern zaman ikonası olarak hafızalara kazınır; kartpostal ve poster hâlinde binlerce kez çoğaltılarak bütün dünyayı dolaşır. Steve McCurry, 17 yıl önce fotoğrafını çektiği bu *yeşil gözlü* Afgan kızının peşine düşer ve Nisan 2002'de, 30 yaşında üç çocuklu bir anne olan *Afgan Kızı* bir kez daha kapaktadır. Böylece kapitalizmin mantığına uygun bir şekilde, retro bir senaryo olarak tarih, iletişim medyası yoluyla tekrar bir tüketim motifi olarak kullanıma sokulmuştur. Bu çalışmada, söz konusu imgeleri Roland Barthes'ın mit kavramından yola çıkıp, Jean Baudrillard'ın günümüz tüketim kültürünü formüle ettiği çerçeveden de faydalanarak bir analiz gerçekleştirmeyi amaçlamaktayız. Çalışmamızda, ayrıca, Batılı'nın Doğulu kadına bakışını içeren, cinsiyet açısından imge analizi bölümü de yer almaktadır.

Aradan 17 yıl geçer ve Afganistan, ABD'nin saldırısı, işgali ve mülteci kampları ile bir kez daha objektiflerin ilgi alanına girer. Bu hengâmede, Steve McCurry, 17 yıl önce fotoğrafını çektiği bu yeşil gözlü *Afgan Kızı*'nın peşine düşer. McCurry, akıbetini merak ettiği kızı, 30 yaşında, üç çocuklu bir kadın olarak bulur. Ocak ayında *fotoğraf-taki kızı* tanıyan bir adama ulaşan McCurry, *Afgan Kızı* ile ikinci karşılaşmalarını şu sözlerle ifade eder: "İlk dikkatimi çeken şey gözleri oldu. Işıl ışıl yanıyorlardı. Tanrım, dedim, galiba bu o." 17 yıl sonra National Geographic derginin 2002 yılındaki editörü Bill Al-

len'in ifadesiyle, "114 yıllık tarihi boyunca dergide yayımlanmış en ünlü fotoğrafın öznesini", "*İşte O! 17 Yılın Ardından Bir Afgan Kadının Hikâyesi*" başlığıyla tekrar kapağa taşır. Bu kez, kapakta *yeşil gözlü* kızın yerine peçeli bir kadın imgesi bak-

maktadır bize; elinde *delici yeşil gözlü kız* fotoğrafıyla. Ancak bu kez karşımıza bir tesadüf eseri olarak değil, son derece profesyonel organize edilmiş bir Amerikan prodüksiyonuyla çıkarılmıştır. Böylece kapitalizmin mantığına uygun bir şekilde, retro bir senaryo olarak tarih, iletişim medyası yoluyla tekrar dirilmiştir. Gözümüzde geçmişe ait bir *fantazm* olan *Afgan Kız imgesi*, kapitalizmin kültürel mantığı içerisinde, bir popüler imge, bir tüketim motifi olarak retronun süzgecinden geçerek tekrardan kullanıma sunulmuştur.

Burada, gerçekleştirmeyi amaçladığımız söz konusu bu imgenin analizi, beraberinde getirdiği pek çok sorunun cevaplandırılmasını gerektirir: Batılı bir fotoğrafçının, “yeşil gözleri beni çok etkilemişti.” ifadesini kullandığı ve fotoğrafını çektiği bir Doğulu kadın fotoğrafı nasıl bu kadar ikonografik bir hâle gelmiştir? Asıl işlevi *anı* göstermek, görmenin en berrak hâline erişmek olan bir fotoğraf (Sontag, 1993:146), popüler imge yaratıcıları elinde esas anlamından sıyrılarak nasıl fetişleşmiştir? Aradan 17 yıl geçmiş, bu kez yine aynı fotoğrafçı “Talibanların acımasız yasaları ile o nefis gözlerini peçe altında dünyadan saklamak zorunda kalıyor” dediği bu yeşil gözlerin sahibi Doğulu kadının ikinci kez fotoğraflarını çekmiştir. Burada *peçe altında*

dünyadan saklanmak zorunda kalınan gözler yine gündemdedir. Batılı basında çok büyük yer işgal eden Afgan Kız Şerbet Güle’nin fotoğrafının arka plânında, Batılı’nın fetih arzusu önünde büyük bir engel teşkil eden peçenin açılarak, Müslüman kadının yüzünün *ele geçirilmesi* mi yatmaktadır? Bu noktada, Doğu’nun ve ona ait özelliklerin Batılı gözle yeniden kurulması olarak ifade edebileceğimiz oryantalist bir bakışı mı görmekteyiz?

Bu çalışmada, National Geographic dergisinin, 17 yıl arayla iki kez (Haziran 1985 – Nisan 2002) kapak konusu yaptığı ve yayımlandığı süreçte büyük yankı uyandıran bu fotoğraflar üzerinde, Roland Barthes’in gösterge bilim alanında geliştirdiği düz anlam, yan anlam ve mit kavramlarıyla, Fransız felsefeci Jean Baudrillard’ın günümüz tüketim kültürünü formüle ettiği çerçeveden yola çıkarak bir analiz gerçekleştirmeyi amaçlamaktayız. Çalışmamızda ayrıca, Batılı’nın Doğulu kadına bakışını içeren, cinsiyet açısından bir imge analizi bölümü de yer alacaktır.

Fotoğraflar ve Mitler: Medya Kimi Nasıl ve Neden Mitleştiriyor?

“Fotoğraf makinesi, Tanrının gözünün yerini mi almıştır? Dinin çöküşü, fotoğrafın yükselişiyle çakışır. Kapitalizm kültürü Tanrı’yı fotoğrafın içine mi yerleştirmiştir?” (Berger, 1986:79)

Tüm medya metinlerinde, belli bir düzeyde alıcıya bir şeyler anlatılmaya çalışıldığına dair açık bir çabanın ifadesi vardır. Medya iletişiminde anlam bize işaret edilir. Bu anlamlar da dünyayı görme biçimlerimizi tanımlar. Bu işaret etmenin veya *anlamlandırma* olarak tanımladığımız sürecin ortaya çıkması aslında tüm iletişim çalışmalarının önemli bir ayağını oluşturur. Bu çalışmaları yürütürken bilinmesi gereken en temel şey, iletişimi sağlayan anlamların doğal olmadığı ve *kodlama* ile *kod açımının* öğrenildiğidir. Hangi medya metni ele alınırsa alınsın, anlam oluşumunu sağlayan göstergeler vardır ve

Uğur Batı, Öğr. Gör.

Yeditepe Üniversitesi, Reklam Tasarımı ve İletişimi Bölümü – ugurbati@yeditepe.edu.tr

Yayınlarından Seçmeler: Batı, Uğur, Reklamlarda Duygusal Faktörler: “Korkunun Kullanımı” *Journal of ISEAD* 1, 2000 ss. 33-37 ▶ Batı, Uğur, Yedi Samuray; “Klişeleri Aşan Epik Bir Efsane”, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2004 Kasım, ▶ Batı, Uğur, Bireyin Trajikomikliği; “Murat Gülsoy Örneğiyle Türk Öykücülüğünde Çağdaşlaşma ve Birey” *Adam Öykü/Kasım* 2004-ss.39-44

Kader Tuğla, Araş. Gör.

Yeditepe Üniversitesi, Gazetecilik Bölümü – ktugla@yeditepe.edu.tr kadertugla@yahoo.com

bu göstergelerin anlamı öğrenilir. Anlamlar *doğal olarak* göstergeye ait değildir. Ayrıca onlar iletilerin içinde olup, açık ya da kapalı olabilirler. Tüm süreç içerisinde anlam ve iletiler toplumsal ve kültürel değerlerle ilgilidir.

Gösterge bilimin kurucularından, İsviçreli dil bilimci Ferdinand de Saussure'un takipçisi olan Roland Barthes'ın geliştirdiği gösterge bilim kuramının merkezinde, anlamlandırmanın iki düzeyi düşüncesi yer alır. Bunlar göstergelerin düz anlam ve yan anlamlarıdır. Farklılığı yaratan yan anlamlardır. Barthes, yan anlam ve düz anlam arasındaki farklılığın en azından fotoğrafçılıkta belirgin olduğunu işaret etmektedir. (Barthes, 1996: 187) Düz anlam, fotoğraf makinesinin doğrultulduğu objenin film üzerinde mekanik bir yenden üretimidir. Yan anlam ise bu çerçeve içine neyin dâhil edileceğinin, odağın, ışığın, kamera açısının, film kalitesinin ve benzerlerinin seçimidir. Düz anlam neyin fotoğraflandığıdır; yan anlam ise nasıl fotoğraflandığıdır. Buradan hareketle, öncelikle bu iki kapak fotoğrafının çekiliş ve yayımlanma süreçlerini yani profesyonel görüşünü; fotoğrafı çekenle, yayımlanmasına karar veren editörün düşüncelerini bilmemiz gerekmektedir:

"Onun fotoğrafının o gün çektiğim diğer karelerden farklı olacağını hiç tahmin etmemiştim" şeklinde özetliyor düşüncelerini foto muhabiri McCurry; 1984 Aralığı'nda çektiği *Afgan Kız* fotoğrafı için. Derginin 1984'teki editörü Bill Garret ise, bu fotoğrafı görür görmez onun kapak fotoğrafı olacağını düşünür. Steve McCurry, editörün neden böyle bir karar verdiğini ise "Sanırım farkına vardığı şey gözlerden yansıyan duygulardı; o kız bir mülteciydi, feci travmalarla dolu bir yaşam geçirmişti; köyü bombalanmış, anne babası öldürülmüştü. Bu gözler dünyadaki en kalabalık mülteci nüfusunun yaşadığı zorlukları anlatıyordu. Bakışları son derece dokunaklıydı" sözleriyle ifade etmektedir. (McCurry, Nisan 2002:75)

Burada, bu fotoğraflara dair, gösterge bilimsel açıdan bir okuma yapabilmemiz için Barthes'ın, göstergelerin ikinci düzeyde işleyişine ilişkin olarak ortaya koyduğu mit kavramından yola çıkmamız gerekmektedir: Gösterge bilimsel olarak mit(söylen), her türlü metnin derin yapısına inip, anlamı kovalama sırasında incelenmesi gereken bir olgudur. İnsanlar tarafından mit hâline

getirilen başlangıçtaki basit söz, bir bildiridir. Bildiri olduğuna göre mutlaka sözlü olması bir gereklilik değildir; mit, fotoğrafik bir imge olabilir, yazılı bir metin olabilir, sinema, tiyatro gibi gösteri sanatları ve reklâm da söylensel söze temel teşkil edebilir, yani bir gösterimden meydana gelir. Barthes, söylensel sözün dil bilime kadar uzanan genel bir bilim olan gösterge bilimin alanına girdiğini belirterek, söylende üç boyutlu bir çizge olarak ifade ettiği gösteren, gösterilen ve gösterenin bulunduğunu söyler (Barthes, 1998: 184). Böyle bir çizgede, ilkel mitler, yaşam ve ölüm, insan ve tanrılar, iyi ve kötü hakkındadır. Bizim sofistike mitlerimiz ise erillik ve dişilik, aile, başarı ve diğer toplumsal değerler hakkındadır. Barthes'a göre, mit bir şey üzerinde düşünmenin, onu kavramlaştırma ya da anlamının kültürel yoludur. Barthes miti, birbirleriyle ilişkili kavramlar zinciri olarak düşünür. Sembollerini oluşturmada, oluşturduğu sembolik dille ortaklaşa anlaşma zemini yaratmada Barthes'ın mit olgusu anahtar konumdadır(1996:179). Bu söylediğimiz kuşkusuz, bir metin olarak fotoğrafı *anlamlandırma*da da aslı unsurdur.

Gözümüzde
geçmişe ait bir
fantazm olan
Afgan Kız imgesi, kapitalizmin
kültürel mantığı
içerisinde, bir
popüler imge,
bir tüketim mo-
tifi olarak retro-
nun süzgecin-
den geçerek
tekrardan kul-
lanıma sunul-
muştur.

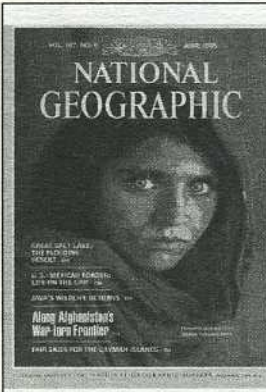
Bu Fotoğraflarda Ne Gösteriliyor?

Mezopotamya kralları, her savaş sonrası yaptıkları anıtlara, zaferlerinin öyküsünü resmettirirlerdi. Bu anıtlar, bir savaş belgesi, bir zafer tanığıydı. Ancak, bu anıt resimlerin ilginç yanı, hiçbir Asurlu askerin ölü ya da yaralı olarak çizilmeyişleriydi. Pek çok Asurlu'nun yaralandığı ve yaşamını kaybettiği bu savaşlardan görüntüye aktarılan unsur, mağlûp edilen tarafın ölüleri ve yaralıları arasında savaşan Asur askeri ve düşmanına son darbeyi indiren Asur kralıydı. Asurlu, "...altedilmiş düşmanın boynuna basmış kralın imgesi varolduğu sürece, bo-yunduruk altına alınan kabilenin bir daha baş kaldıramayacağına inanıyordu" (Gombrich, 1986: 44)

Kitleleri imgeler aracılığıyla biçimlendirme geleneği çok eskiye dayanmaktadır. Herbert Read, *ikonolazma kasırgası* olarak ifade ettiği olgu içerisinde güçlü imgelerin yönlendirici etkisini tartışıyor (Read, 1981:10). Anlatılan bu hikâye de, her kültürün güçlü imgelerle kendi mitini yarattığının çarpıcı bir şekilde ifadesidir. Toplumların kendi imgelerini yaratmaları yeni bir şey değildir kuşkusuz. Uygarlık tarihi kadar eskidir bu süreç. Ancak, imge üretimi süreç içerisinde oldukça farklılaşmıştır. Uygarlık tarihinin ilk dönemlerinde, imgeyi yaratan ile kullanan arasında dolaylı bir ilişki bulunmamaktadır. İmgeyi kullanan ile yaratan arasındaki dolaylı ilişki, iş bölümünün ortaya çıkışı ve sınıflı topluma geçişle birlikte başlar. Nihayetinde tüketim toplumunun doğuşuyla birlikte bir imge endüstrisi oluşur ve imge popülerleşir; artık istemli ve yönlendiricidir.

Bir modern zaman imgesi olan *Afgan Kız* fotoğraflarına, birinci anlam düzeyinde, yani düz anlam düzeyinde baktığımızda öncelikle hem algısal hem de fotoğraf kurgusu açısından başarılı bir fotoğrafçılığın sonucu olduğu yorumunu yapabiliriz. Burada etkileme ya da gözlerinden yakalama, okurun toplumsal tutumlarından ve geçmiş yaşantılarından kaynaklanan bir ilgi düzeyi devreye girmektedir" (Fiske, 1999:143). Fotoğrafçı, bu fotoğrafları, fotoğraf öznesinin içinde bulunduğu zaman ve mekândan soyutlayarak düz bir fonun önünde çekmiştir.

Fotoğrafçı, bilinçsiz biçimde bile olsa mitin tarihi doğallaştırması işlevine yardımcı olmaktadır. *Afgan Kız*'ın 1985 yılında yayımlanan ilk fotoğrafının bu kadar etkili olmasının nedenini, fotoğrafı çekenin ifadesiyle bu gözler dünyadaki en kalabalık mülteci nüfusunun yaşadığı zorlukları anlatıyordu." şeklinde, fotoğrafın düz anlamından yola çıkarak da yorumlamamız mümkün. Bir kurban, Doğulu, talihsiz bir kadın üzerinde yoğunlaşan bu fotoğraflar, sömürgeleştirilen bir dünyada, Batıların acıma duygularını uyandırmaya hizmet etmektedir. Peki, bu fotoğraflar bizde nasıl bir etki bırakmaktadır? Bu fotoğraflar bize bir yetersizlik duygusu verirler. Dokunaklı ve acınacak hâldeki Doğulu bir kadını göstermektedirler. Onlar için kullanılacak en uygun sıfat tutuklayıcıdır. Bizi yakalarlar. Bu fotoğraflara bakarken bir başkasının çektiği acının yaşandığı o an, içine dalıp yutar bizi. İçimiz keder ya da



Figür 1: 1985, National Geographic kapağı / Afgan Kızı



Figür 2: 2002 National Geographic Kapağı / Afgan Kadını

öfkeyle dolar. (Sontag, 1993: 47)

Aynı fotoğraf öznesi Doğulu kadının, 2002 yılında yayımlanan peçeli fotoğrafları ise Amerika'daki sivil toplum örgütlerini, kadın derneklerini harekete geçirir. *Afgan Kıza* yardım kampanyaları düzenlenir. Bu dönemde, Amerika'nın Afganistan'a askerî müdahalesi söz konusudur ve ne fotoğrafta ne de fotoğraf konusuyla ilgili makalede, bu duruma ilişkin herhangi bir gönderme bulunmamaktadır. Fotoğraf tarafından tutuklanan okur, bu süreksizliği, kendi kişisel ahlâkî yetersizliği olarak duyma eğilimi taşıyabilir. Ve bu olduğu anda da okurun sarsılma duygusu bile dağılır. Artık okurun kendi ahlâkî yetersizliği onun gözünde, savaşta işlenen cinayetler kadar sarsıcı olabilir. Ya bu yetersizlik duygusunu, yalnızca çok bildik bir duygu olduğu için omuz silkererek uzaklaştırır ya da bir tür kefaret ödemeye girişir. (Sontag, 2004: 79) Bunun en açık örneği UNICEF gibi kuruluşlara yapılan bağışlardır.

National Geographic dergisi de, yalnızca fotoğrafların satma kapasitesinin yüksekliğini değil aynı zamanda okurun kapılacağı yetersizlik duygularını da düşünerek *Afgan Kızları Fonu* adında bir yardım fonu oluşturur.

Kitleselleştirilmiş İmgeler Olarak Afgan Kızın Fotoğrafları

Bugün Baudrillard'ın söylemiyle, "tüketimin tüm yaşamı kuşattığı, tüm etkinliklerin birleştirici biçime uygun olarak zincir oluşturduğu, insanı ödüllendirme yollarının saat be saat önceden ayarlandığı, çevrenin bir bütün oluşturduğu, bütünüyle iklimlendirildiği, düzenlendiği, kültürleştirdiği" noktadayız (Baudrillard, 2004: 20). Bir başka deyişle, hem mit olarak, hem de gerçekte bir tüketim toplumunda yaşamaktayız; yani tüketimin kendisinin bile tüketildiği bir toplumda. Guy Debord, referans kitabı *Gösteri Toplumu*'nda, modern üretim koşullarının hâ-

kim olduğu günümüz tüketim toplumlarının ilk özelliğini, "tüm yaşamın devasa bir gösteri birikimi etrafında şekillenmesi" olarak görür. Ona göre, bugünün toplumlarında, dolaysızca yaşanmış olan her şey yerini bir temsile bırakarak uzaklaşmıştır (Debord, 1996: 13). Böyle bir düşüncenin paralelinde, doğal olarak, Debord'un bahsettiği *temsili* sağlayacak unsur *kitleselleştirilmiş imgeler* olacaktır.

İmgenin yaratıcıları tarafından kitleselleştirilmesi sırasında, geçmişten imgeleri, tarihi, mitleri, hemen her şeyi, *çoğaltıcı* anlamı içinde kullanılarak yeni ve yönlendirici anlamlar yaratılır.

Bir çeşit popüler mit hâlini alan bu imgeler, geçmişin ikonlarını, sembollerini, dolayısıyla anlamlarını bugüne taşırlar. Bu çalışmada konu edindiğimiz *Afgan Kız* imgesi de, kitleselleştirilmiş bir imge olarak geçmişten bir an olan, dünyanın en fazla çoğaltılan imgelerinden biridir. Baudrillard'ın *ikna evreni* olarak tanımladığı (Adair, 1993: 31), iletişim

medyasından gelen genelde zıt ve çelişkili gönderiler bombardımanı altında bugün *gösterge* ve *imgelerin sivilleşmesine* şahit oluyoruz. Bu durumda Baudrillard, artık rasyonel bir gerçekliğe ihtiyacımız olmadığını, gerçeğin artık sadece işlemsel bir şey olduğunu iddia eder. Durum böyle olunca haber, onların üretildiği sırada, aslında kapitalist maddî üretimle birlikte sadece anlamsızlık yaratmaktadır. Gerçek haberlerin yokluğunda, haber medyası, trajik/dramatik formlar sunup, ortada bir trajedi olup olmadığından emin olmayan kitle için, insanların gözyaşları içinde birbirlerine sarılmalarını üst üste yayımlarlar (Radford, 2004: 197) Bu süreçte, haber, pek çok anlamda kendi ürettiği i-

Bir kurban, Doğulu, talihsiz bir kadın üzerinde yoğunlaşan bu fotoğraflar, sömürgeleştirilen bir dünyada, Batılıların acıma duygularını uyardırmaya hizmet etmektedir.

çeriği yok etmektedir; pek çok haber de sanki bir sahne performansı (yine maddi nedenle) gibi kurgulanır (Baudrillard, 1993:128). Burada gerçeğe ve anlama son veren gerçekten de gerçek gibi görünendir; hipergerçektir. Böyle olunca da içerikten öte görüntünün *biricikliği* esas olandır; artık içerik de sadece işlemsel bir

Modern zamanların seyirlik hipergerçek savaşı olan Körfez Savaşı sırasında, binlerce insan Bağdat sokaklarında can verirken, bunlar hiç olmuyormuş gibi, petrole bulanmış bir karabatağın içler acıtan görüntüsü, savaşı sembolize eden yegâne unsur olarak karşımıza çıkar.

katégoridir. Bu görüş doğrultusunda, markalar, kolektif bilinç ve imgelerle oluşturulan günümüz tüketim toplumlarında, bilinç endüstrisi tarafından işlenmemiş, medyanın kendine özgü fantastik formatlarına aktarılmamış, dahası *estetize* edilmemiş hiçbir şey modern birey-insan için değer taşımamaktadır. Bu sürecin böyle işlemesi bir zorunluluktur; söz konusu olan bir savaş haberi bile olsa, *estetik* olarak aktarılmalıdır. *Afgan Kız* imgesinde de benzer bir saptamayı yapmamız mümkündür. Söz konusu imgenin yaratıcısının kafasında bir işgal, bir savaş çok

geri plândadır sanki. Sadece imgede değil, imgenin ait olduğu metinde de bu savaşın hiçbir politik içeriği yokmuş gibidir. İmge ve metin birlikteliğinde, herhangi bir bilinçli karşı koyma, bir eleştiri yoktur; en azından *Afgan Kız*'ın *ışıl ışıl yanan gözlerinin* arkasına gizlenmiştir. Böylece Harvey'in bahsettiği popüler kültür kuramcılarının, halk kitlelerini akışkan bir *estetik paradigmaya* sürüklemeye görevi (Harvey, 1999) başarıyla gerçekleştirilmiştir. Bu anlattığımız olgunun bir benzerini de Körfez Savaşı'nda görmemiz mümkündür. Körfez Savaşı ekrandan-bakılan seyirlik bir savaştı (Robbins, 1999;

114). Modern zamanların seyirlik hipergerçek (*böyle bir savaş var mıydı sahidenden?*) savaşı olan bu savaş sırasında, binlerce insan Bağdat sokaklarında can verirken, bunlar hiç olmuyormuş gibi, petrole bulanmış bir karabatağın içler acıtan görüntüsü, savaşı sembolize eden yegâne unsur olarak karşımıza çıkar. Bu durum aynı zamanda modern birey-insanın medya karşısındaki edilgenliğidir.

Her iki örnekte de, göstergelerin yapaylığı karşımıza çıkıyor. Kitleleştirilmiş bu imgeler bakıcısında, bir kitsh (sanatsal açıdan abartılmış, taklit veya eklektik olan, kökeni belirsiz ve estetik değer taşımayan nesneleri karşılayan kavram), bir retro (postmodernizm akımı içinde yer alan geriye dönüşleri, geçmişin günümüze taşımamasını ifade eden kavram) izlenimi uyandırmaktadır. Böyle olmadığını bildiğimiz hâlde, yaşamımıza egemen olan simülasyon- Tanrı Baudrillard'ı kutsasın- sayesinde her iki savaşın da tüm vahşeti, tüm acısı, bir çift yeşil gözün ve zavallı bir karabatağın arkasına saklanmıştır. Baudrillard, kitlesel başıboşluğun bizi toplumun ötesine ittiğini belirtirken kastettiği kitlesel başıboşluk, gösterge/ görüntülerin bunaltıcı akışının örnekleri, medyada pastiş (fikirlerin, görüşlerin, metinlerin, tarzların vb., karmaşık, gelişigüzel kolajı andırır biçimde bir araya getirilmesi) ve anlatığımız şekilde tezahür eden tuhaf bitişiklikler ve anlam birliktelikleridir.

İnceleme nesnemizde olduğu gibi, kitleleştirilmiş imgenin serüveni bununla da sınırlı değildir. Başlangıçta sıradan bir fotoğrafken, daha sonra kitleleştirilen imge, kapitalist toplumun günlük kullanımında başlangıcındaki anlamından *ayırlmış, farklılaşmış* bir kullanım nesnesidir; bir metadır. Popülerleşen imge duvarları süsler, yatak çarşafı, masa örtüsü de olabilir. O artık, içi tamamen boşaltılmış, moda olarak yaşatılan bir tüketim motifidir; tüketime tamlayanı veya tamamlayanıdır. Bu çoğaltılmış tüketim motifi çeşleştirilmiştir; dolayısıyla kimliksizleştirilmiştir.

Bu durumda rahatlıkla *Afgan Kız Şerbet Güle*'nin evriminde(!) olduğu gibi parlatılıp, *cilâlanıp* yeniden kullanıma sokulabilir (Türkoğlu, 1993: 26) *Afgan Kız* imgesi, kendisine eş diğer imgeler gibi, bilinirliği ve çokluğuyla, duygu uyandırma yeteneğinden yoksun kalmıştır. O artık duygusuz ve içeriksiz *fetişleştirilmiş* bir nesnedir.

Fotoğraf Öznesi Olarak Doğulu Kadın İmgesi

Fransız edebiyatının ünlü ismi Flaubert, yüzyıllardır süren düşü gerçekleştirmek, *erişilmez kadını* bulmak için Doğu'ya gitmiş, bu uğurda Doğu giysilerine bile bürünmüştür. Sadece o değil, başka edebiyatçılar, tacirler, kâşifler, misyonerler, sanatçılar, askerler, bilim adamları, yıllar yılı Doğu'ya gelmiş, Doğu'yu düşünmüşlerdir. Bu geziler sonucunda, öyküler, şiirler, resimler, gezi yazıları ve araştırmalarla Doğu'ya dair dev bir külliyat yaratmışlardır. Aynı sıfatlar, aynı imgelerle betimlenen, hiç değişmeyen bir Doğu'yu bu. Hayranlık duyulsa da aşağılanan, hor görülen, *üstün* Batı kültürüne bağımlı kılınan bir Doğu... Despotizmi, zulmü, ihtişamı, duygusallığı, erotizmi, ehlileştirilmiş felsefesi ve mistisizmi ile yeniden kurulan Doğu... Oryantalizm; Batı'nın ürettiği hayalî bir Doğu'yu bu ama uçuk bir Batı rüyası da değildi. Doğu'nun ve ona ait özelliklerin Batılı gözle yeniden kurulmasıydı. Batı'nın karşıt imgesi olarak ona göre kendini tanımladığı ve rahat bir vicdanla sömürebilmek için *ötekileştirdiği* suskun Doğu'nun hayaletiydi. (Parla, 2001)

İnceleme objemiz *Afgan Kız* fotoğraflarında da oryantalist söylem açıkça kendisini ortaya koyuyor. Oryantalist söylemle birlikte, yine Barthes'ın mit kuramından yola çıktığımızda, Barthes'ın, mitlerin normal işlevinin, egemen sınıfların çıkarlarına hizmet etmek olduğunu ifade ettiğini görmekteyiz (Barthes, 1998:195). Fiske de konuyla ilgili olarak, "Mitolojik bir çözümlemeyle bu mitlerin büyüünü bozmak toplumsal ve siyasal bir edimdir.

Anlamlar asla yalnızca metinsel değildir; daima sosyo-politiktirler." der (Fiske, 1999: 145). *Afgan Kız*'ın kapak fotoğrafları burada, Doğulu kadının içinde bulunduğu yoksulluk ve acının ana nedeninin, yüzyıllardır Batı'nın buradaki emperyalist macerası, bu topraklarda sürdürdüğü sömürgeci zihniyet ve kapitalist anlayışa hizmet eden küresel, stratejik karar mekanizmaları olduğunu düşünülmesini engellemektedir. Çünkü bir Batılı bu fotoğrafları, kültüründe kendisine empoze edilen Doğulu kadın mitiyle anlamlandırmaktadır. Bu sömürgeci mit, sorunun temel nedeninin yok sayılmasını sağlamaktadır. Dergi kapağından acı dolu gözlerle bize bakan *Afgan Kız* ve onun 17 yıl sonra tekrar karşımıza çıkan peçeli fotoğrafı; Doğulu Müslüman kadın, yoksunluklar dizgesinin mahkûmu, peçesinden kurtarılması gereken bir zavallıdır. İçinde bulunduğu durumdan kurtarılabilmesi için bir *uygarlaştırma* sürecine tâbi tutulması gerekmektedir mesajı vermektedir. Afganistan'da süre giden savaşı doğallaştırma sürecine katkıda bulunmakta ama savaşın gerçek nedenine bir gönderme yapmamaktadır. Doğulu kadın miti, sorunu ve çözümü, Doğulu toplumların yapısına yerleştirmektedir.

Afgan Kız imgesi bize şunları telkin etmektedir: Doğu'da kadın tutsaktır, duygularına, düşüncelerine, bireysel tercihlerine herhangi bir önem verilmez. *Çirkin ve itici erkek* onu salt bir *cinsel obje* olarak algılar. Bu yüzden *kapalı mekâna* (eve, aileye, cemaate) kapatır. *Afgan Kızı Şerbet* gibi, egzotik Doğulu kadın, kurtuluş için Batılı (erkeği) beklemektedir. Batı, ister sömürgecilik döneminde ister modernleşme süreçlerinde olsun, Doğulu kadını

Oryantalizm;
Batı'nın ürettiği
hayalî bir Doğu'yu bu ama
uçuk bir Batı rüyası da değildi.
Doğu'nun ve ona ait özelliklerin
Batılı gözle yeniden kurulmasıydı.

özgürleştirme gibi bir misyona sahiptir. Modernlik onu özgürleştirecektir.

Söz konusu fotoğrafların prodüksiyon aşamasına baktığımızda, Güle'nin fotoğrafçı Steve McCurry'nin isteğiyle, eşinden izin alarak, geleneksel olarak kullanılan ve Taliban yönetimi döneminde kadınların giymeleri zorunlu kılınan Burka isimli peçesini açtığını görüyoruz. Fotoğrafların ve ona eşlik eden metnin, oryantalist söylemde var olan Doğulu kadın tanımlanışıyla uyuştuğunu görürüz. Bu söylemin geliştirdiği çelişkili, iki Doğulu kadın imgelemi; bir tarafta *erişilmez*, egzotik olan, diğer taraftan aileleri, kocaları tarafından büyük baskı gören, ezilen, fanatik, irrasyonel kadın imgesi olarak fotoğraflarda kendini gösterir. Zaten bu düşüncede, tarih ve ilerleme, ancak Batı'da mümkündür. Buna karşılık Doğu, durağan bir kültürdür, ezeli olarak Ortaçağ'a ait ve feodaldır; mümkün olmayan modernleşmenin kültürüdür. Bunun aksi de söz konusu olamazdı; çünkü Batı'nın farklılığı ve üstünlüğü Doğu'nun bu ötekiliği imajı üzerine kuruludur. *Bizim medeniyetimiz onların barbarlığına, bizim güzelliğimiz onların vahşetine dayanılarak tanımlanmıştır.* Eğer bu irrasyonel kültür bizim akılcılığımız ve bilimimize erişirse, Batı'nın farklılık ve eşsiz olma duygusu ne anlama gelecektir? (Robins, 1997: 187-188) Bu ilkel kültür eğer modernleşirse, Batılı hangi kritere göre kendini üstün sayacaktır?

Dolayısıyla, bir Batılı'nın bakış açısıyla, Doğu'ya ilişkin geleneksel mit, irrasyonelitenin, geriliğin, despotizmin, mistik dinseliliğin yeri olduğudur. İlkellik Doğu'yu ifade edebilecek en uygun kelimedir. İlkellik Doğu'nun tabiatında vardı, ilkellik Doğu'ydu (Said, 1995 243) Doğulu kadın ise, peçesinin altında *hapsolma*, *kendisini vahşice ezen* dinî ve kültürel geleneklerin altında ezilme ve adeta Doğu kültürlerinin barbarlığının kanıtı olma kavramlarıyla özdeşleştirilir. Böyle bir Doğulu kadın imgesinde, peçenin merkezî bir konumu vardır. Doğulu kadının en belirgin, en

görünür sembolü olan peçe, "Aynı anda hem Müslüman kadınların yüzünü kapatan bir giysi hem de Doğu'yu ve Doğulu kadınları anlaşılmaz kılan çok katmanlı bir göstergedir; hakikî Doğu'yu gizler ve onun gerçeğini Batılı bilgi ve kavrayıştan uzak tutar." (Keyman, Mutman ve Yeğenoğlu, 1999: 117-118) Modernleşmenin en önemli araçlarından görme ve görsellik, peçe ile örtülü olduğu düşünülen doğanın bilgisinin edinilmesinde merkezî bir araç ve metafor görevi görmüştür. Gerçekliğin bilgisinin ortaya çıkarılması, gerçekliğin doğrudan kavranmasını engelleyen örtünün açılması sürecine teka-bül eder. (Yeğenoğlu, 2003: 143) Öyle ki, Flaubert, gezi notlarında, gezileri sırasında oldukça sık Doğulu nesneler satın aldığından bahsediyor. Flaubert, Doğulu nesnelerle (kadınlar, kadın eşyaları, Doğu elbiseleri) fetişist bir bağ da kurarak, gezisinin anlamını ortaya çıkarıyordu; onun için Doğulu nesnelere sahip olmak, o nesnenin tümüne sahip olmak gibidir. Böyle olunca da, bir oryantalist, Doğu'nun parçalarını birleştirerek onlardan bir tablo oluşturma, onları tıpkı bir yapboz gibi, dilediğinde yapma, dilediğinde bozma şansını elde etmiş olur.

Sonuç

İnsanların kendilerini sembollerle ifade etmeye çalıştığı zamanlardan beri, imgeler insanoğlunun hayatı anlamlandırmasında önemli araçlardan biri olmuşlardır. Ancak sınıflı topluma geçiş öncesi dönemlerde imgeyi kullananlar yaratan arasındaki ilişki kendiliğinden ve dolaysızdır. Modern toplumların oluşmasıyla birlikte imgeler artık dolaylı bir yaratım ve kullanım alanına sahip olmuştur; imgeler artık popüler imge yaratıcılarının elinde ideolojik birer alettir.

Günümüz modern kitle iletişim araçları açıkça içerik ve biçim bağlantısını devşirerek, içeriğin arka plâna attığı görüntü temelli sahte bilinçler yaratma gibi bir işleve sahiptirler. Bu bilinç, toplumun ge-

neline yayılmış kolektif bir yapı arz etmektedir. Bu kolektif bilinç içinde aslında her toplum, kendi hakkında ve kendi dışındakiler (ötekiler) hakkında bir imaja sahip olmaktadır. Böylece modern toplumun birey-insanı toplum bilincini yansıttığı için diğerlerine benzer ve toplum tarafından kutsanır. Bu çalışmada analiz nesnemiz olan imge üzerinden ifade etmeye çalıştığımız Batı'nın Doğu'ya bakışı da bu çeşit bir kolektif bilinci yansıtmaktadır. Günümüz tüketim toplumlarında, bir popüler imge yaratıcı olarak yönlendirilmiş ve istenir anlamlar yaratabilen fotoğraf da, bahsedilen kolektif bakışı yaratmanın unsurlarındandır.

Kapitalist toplum modelinin temeli ve yansıtıcısı konumunda olan tüketim toplumu içerisinde yaratılan bu tip imgeler, içeriklerinden ve çoğu zaman gerçekte bağlantılarından sıyrılmış, fetişleşmiş bir nesne özelliği gösterirler. *Afgan Kızı* imgesinde olduğu gibi, istendiği kadar çoğaltılan bu tip imgeler, kendi bilinirlikleri ve çokluklarıyla duygu aktarma yeteneğinden yoksun kalırlar. Bu imgede olduğu gibi, göstergelerin yapaylığı hemen gözümüze çarpar. İmgenin bağlamında her ne kadar savaş, acı ve yıkım varsa da, tüketim toplumunun *estetik paradigması* içinde bizim dikkatimizi çekmesi gereken tek şey bir çift *vurucu yeşil göz*dür. Üstelik bir tüketim motifi olarak, istenildiği zaman tekrar kullanıma sokulurlar. Tüke-

tim toplumu sonuçta nostaljiyi bile endüstrileştiren bir biriktirme eylemidir. Retro bir senaryo olarak hayatımızda her şey medyalar yoluyla tekrar diriltir.

Batı'nın Doğu'ya ve Doğulu kadına bakışı, aynı imgelerle betimlenen, değişmeyen bir bakıştır aslında. Duygusallığı, mistisizmi ile birlikte hem hayranlık uyandıran hem aşağılanan ikili bir kurmacadır bu bakış. Batı, Doğulu kadına bakarken, onu *ötekileştirip* nesneleştirerek, onun üzerinde her türlü sömürüyü gerçekleştirebileceği bir meşru kurmaca alanı yaratır. Doğulu kadın, zengin dünyadaki sıradan Batılı insanların bilincinde, peçesinin ardındaki bilinmezliğin ve keşfedilememişliğin imgesiyle yer etmiştir. Buradan hareketle baktığımızda, *Afgan Kızın* fotoğrafları da bir yanıyla, insafsızca, haksız ve giderilmesi gereken bir acıyı sergilemekte; diğer yanıyla, dünyanın o köşesinde bir felâketin gerçekten yaşandığını doğrular niteliktedir. Ancak, bu tür imgelerin her tarafa yayılması ve herkesçe görülmesi, dünyanın yoksul ve cahil bir bölgesinde yaşayan Doğulu kadının trajedisinin kaçınılmaz olduğuna dair bir inancı beslemekten başka sonuç vermekten öteye gitmeyecektir; *Afgan kız* fotoğrafı gibi imgelerin uyandırdığı acıma ve merhamet duyguları, hangi fotoğrafların, hangi katliamların ya da ölümlerin gösterilmediği, bunların hangi amaçlara hizmet edebileceği sorusunu sormaktan da alıkoymamalıdır bizi.

Kaynakça

- Adair, G. (1993). *Postmodernci kapıyı iki kere çalar*. (Çev. Nazım Dikbaş). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Barthes, R. (1998). *Çağdaş söylenler*. (Çev. Tahsin Yücel). İstanbul: Metis Yayınları.
- Barthes, R. (1999). *Gösterge bilimsel serüven*. (Çev. Mehmet Rifat ve Sema Rifat). 4.basım. İstanbul: Kaf Yayınları.
- Berger, J. (1999). *Görme biçimleri*. (Çev. Yurdanur Salman). İstanbul: Metis Yayınları.
- Berger, J. (1998). *O ana adanmış*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Baudrillard, J. (2003). *Simulaklar ve simülasyon*. (Çev. Oğuz Adanır). İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2004). *Tüketim toplumu*. (Çev. H. Deliçaylı ve F. Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Debord, G. (1996). *Gösteri toplumu*. (Çev. A. Ekmekçi ve O. Taşkent). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Said, E. W. (1995). *Şarkiyatçılık; Batı'nın Şark anlayışları*. (Çev. Berna Ünler). İstanbul: Metis Yayınevi.
- Fiske, J. (1999). *İletişim çalışmalarına giriş*. (Çev. Süleyman İrvan). Ankara: Ark Yayınevi.