

CAROL DYHOUSE

# Gösteriş

Kadınlar, Tarih  
Feminizm



Çeviri: DUYGU AKIN

♥ can  
inceleme



CAROL DYHOUSE  
GÖSTERİŞ  
KADINLAR, TARİH, FEMİNİZM

*Glamour: Women, History, Feminism*, Carol Dyhouse

© 2010, Carol Dyhouse

© 2015, Can Sanat Yayınları A.Ş.

Bu eserin Türkçe yayın hakları Anatoliait Telif ve Tercümanlık Hizmetleri Ltd. Şti. aracılığıyla alınmıştır.

Tüm hakları saklıdır. Tanıtım için yapılacak kısa alıntılar dışında yayıncının yazılı izni olmaksızın hiçbir yolla çoğaltılamaz.

*Glamour: Women, History, Feminism* kitabının ilk baskısı 2010 yılında Zed Books Ltd. London & New York tarafından yapılmıştır.

1. basım: Ağustos 2015, İstanbul

Bu kitabın 1. baskısı 3 000 adet yapılmıştır.

Yayına hazırlayan: Kaan Durukan

Düzeltilti: Ebru Aydın, Burçak Başpınar

Mizanpaj: M. Atahan Sıralar, Bahar Kuru Yerek

Kapak tasarımı: Utku Lomlu / Lom Tasarım ([www.lom.com.tr](http://www.lom.com.tr))

Kapak baskı: Azra Matbaası

Litros Yolu 2. Matbaacılar Sitesi D Blok 3. Kat No: 3-2

Topkapı-Zeytinburnu, İstanbul

Sertifika No: 27857

İç baskı ve cilt: Türkmenler Matbaası

Maltepe Mah. Gümüşsuyu Cad. No: 16, Zeytinburnu, İstanbul

Sertifika No: 12584

ISBN 978-975-07-2620-0

CAN SANAT YAYINLARI

YAPIM VE DAĞITIM TİCARET VE SANAYİ A.Ş.

Hayriye Caddesi No: 2, 34430 Galatasaray, İstanbul

Telefon: (0212) 252 56 75 / 252 59 88 / 252 59 89 Faks: (0212) 252 72 33

[canyayinlari.com/9789750726200](http://canyayinlari.com/9789750726200)

yayinevi@canyayinlari.com

Sertifika No: 31730

CAROL DYHOUSE

GÖSTERİŞ

KADINLAR, TARİH, FEMİNİZM

İNCELEME

İngilizce aslından çeviren

Duygu Akın

♥can



CAROL DYHOUSE, Toplumsal tarihçi, Sussex Üniversitesi'nde tarih profesörü. Övgüyle karşılanan kitabı *Gösteriş: Kadınlar, Tarih, Feminizm*; 2010'da Zed Books tarafından yayımlandı. Yıllar içindeki gelişimi ele alındığında, araştırmaları cinsiyet ve eğitim temaları ile 19. ve 20. yüzyıl Britanya'sında kadınların yaşam biçimlerine odaklanır. Diğer kitapları arasında *Girls Growing Up in Late Victorian and Edwardian England* (Victoria ve Edward Çağlarının Sonunda İngiltere'de Büyüyen Kızlar), *Feminism and the Family in England, 1890-1939* (İngiltere'de 1890-1939 Arasında Feminizm ve Aile) ve *Students: A Gendered History* (Öğrenciler: Cinsiyetçi Bir Tarih) sayılabilir.

DUYGU AKIN, 1969'da Diyarbakır'da doğdu. Boğaziçi Üniversitesi İngiliz Dili ve Edebiyatı Bölümü'nü bitirdi. Daha sonra British Council'in düzenlediği "British Cultural Studies" başlıklı yüksek lisans programına başladı ve burs kazanarak bu programı İngiltere'deki Warwick Üniversitesi'nde tamamladı. Neil Jordan, Robert Schnakenberg, Bethanne Patrick, John Thompson, Paul Lunde, Andrew Robinson, Oscar Wilde, Mary Shelley, Peter Ackroyd gibi pek çok yazarın eserlerini Türkçeye kazandırmıştır.





## İçindekiler

<i>Teşekkür</i> .....	13
Giriş .....	15
1 “Gösteriş”in ortaya çıkışı: <i>demimonde</i> , modernlik, ‘işte o’ .....	23
2 Hollywood gösterişi .....	47
3 Hayaller, arzular ve harcama .....	71
4 Prensesler, hafifmeşrepler ve “cheesecake” .....	107
5 Devrimler .....	141
6 <i>Glamazon</i> ’lar, grunge ve bling .....	169
7 Perspektifler ve düşünceler: Herkes için gösteriş mi? .....	193
Dipnotlar .....	215
Kaynaklar ve Kaynakça Seçkisi .....	249
Dizin .....	265



## İllüstrasyonlar

Helena Rubinstein'in Valaze cilt kremlerinin reklamı, 1920'ler .....	32
Grossmith'in parfümü Phul-Nana'nın reklamı, 1920'ler .....	35
Shem-el-Nessim parfüm kartpostal reklamı, 1920'ler .....	36
Wana-Ranee, Grossmith'in "oryantal" parfümlerinden bir diğeri, 1920'ler .....	37
Kenarı küçük pençeli ve kuyruklu kürk etol, 1900'ler .....	42
Revillon Frères reklamları, 1920'ler .....	44-45
Kaplan postu üstünde Gloria Swanson .....	49
Adelaide Hall .....	54
<i>Shanghai Express</i> 'te Shanghai Lily rolünde Marlene Dietrich .....	55
1920'lerin sonlarından incelikle işlenmiş kürk mantolar .....	57
Verev yakalı saten elbisesiyle <i>slinky</i> Madeleine Carroll .....	59
Ballito ipek çorap reklamı, 1930 ortaları .....	61
Gramol Publications'tan ucuz roman, 1935 .....	72
<i>Girls' Cinema</i> 'nın, Ekim sayısı kapağı, 1920 .....	75
<i>Film Fashionland</i> .....	77
<i>Film Fashionland</i> 'den tasarımlar, 1930 ortaları .....	78-79
<i>The British Fur Trade</i> 'den reklamlar, 1937 .....	82-83
Snowfire renksiz krem ve yüz pudrasının reklamı, 1930 ortaları .....	87

<i>Miss Modern</i> , Mart sayısı kapağı, 1935 .....	90
Atkinson'ın popüler kokusu Californian Poppy'nin reklamı, 1940'lar .....	93
Coty'nin Chypre reklamı, 1938 .....	95
Düğün fotoğrafı, savaş dönemi Leeds .....	106
Kestos reklamı, 1950'ler .....	108
Susan Small için hazırlanmış bir reklamda manken Cherry Marshall, 1949 .....	111
Kuaför Betty Burden, Bert Hardy'nin fotoğrafçılığıyla .....	112
Manken Barbara Goalen, John French'in fotoğrafçılığıyla, 1950 .....	124
Lady Docker, 1954 .....	129
Diana Dors <i>Picturegoer</i> , Aralık sayısının kapağında, 1955... ..	131
Alma Cogan'ın BBC Home Service performansı, 1954 .....	133
Joan Collins <i>Picture Post</i> , Eylül sayısının kapağında, 1954 .....	135
1950'lerde kızını alışverişe götüren bir anne .....	143
Marchioness kadifelerinin reklamları (Martin&Savage Ltd) ve Hogg of Hawick .....	151
Shirley Bassey Londra Palladium'da, 1965 .....	160
Claudia Jones siyahi güzellik kraliçesi Marlene Walker'la, 1960 .....	165
Claudia Jones, Carol Joan Crawford'ı tebrik ederken .....	166
Britanya <i>Vogue</i> 'unda Krizia reklamında vatkalı bir glamazon kadını, 1985 .....	173
Britanya <i>Vogue</i> 'unda Georges Rech reklamında 1980'ler tarzı androjenlik .....	175

## Teşekkür

Bu kitabın araştırma ve yazımı sırasında pek çok kişinin yardımını oldu. Ailem son derece cömertti ve büyük bir sabır sergiledi. Dolayısıyla ilk teşekkürüm Alex, Eugénie ve Nick von Tunzelmann'a. Alex ile Eugénie, gösteriş, feminizm ve modayla ilgili görüşlerimi tartışmaya daima açtılar; parfümler, onların tarihiyle ilgili tutkuma ortak oldular. Nick taslakları, düzeltilmiş metinleri sabırla okudu ve beni sebatlı davranmaya teşvik etti. Sussex Üniversitesi'nden Claire Langhamer, Lucy Robinson'a ve diğer meslektaşlarıma özellikle teşekkür etmek isterim: Cambridge'e ve daha sonra Glasgow'a gidişinden önce Alex Shepard, Ian Gazeley, Michele Harrison, Hester Barron, Eugene Michail, Naomi Tadmor, Paul Betts ve Alun Howkins. Ayrıca her biri farklı şekillerde destek sağlayan Jenny Shaw, Marcia Pointon, Joyce Goodman, Stephanie Spencer, Ruth Watts, Jane Martin, Amanda Vickery, Sally Alexander, Penny Tinkler, Sylvie Zannier-Betts ve Clarissa Campbell-Orr'a da teşekkür ederim. Elaine Uttley, Eleanor Thompson ve Kate Rose, Bath Moda Müzesi, Brighton Müzesi ve Sanat Galerisi'ni ve Worthing Müzesi'ndeki koleksiyonları araştırmama yardımcı oldular. Claire Smith, Londra'daki, Victoria ve Albert Müzesi'nde yer alan moda ve tekstil koleksiyonlarında bana rehberlik etti. Londra Doğa Tarihi Müzesi'nde Daphne Hills parfümün tarihiyle ilintili olarak misk kapsülleri ve misk kedileriyle ilgili sorularımı yanıtladı. Irene MacGregor, Christine Clennell, Paula Sedgwick'e ve *Common Scents* dergisine katkıda bulunan tutkululara da teşekkür ederim. Simon Brooke, Grossmiths'in tarihi hakkında bilgi sundu. Mick Hamer, Adelaide Hall konusunda bilgi sahibiydi. Gerry Webster 1960'lar öncesi sinemayla ilgili tutkusunu benimle

paylaştı. *Ekran Gösterişi*'ni Frank Gloversmith'e borçluyum. *The Times*'ta "gösteriş" anahtar kelimesiyle ilgili araştırması için Norman Dombey'e çok teşekkürler. Brighton Üniversitesi, Sussex Üniversitesi ve Sussex'deki Özel Koleksiyonlar çalışanlarına minnettarım. Aynı şekilde British Library ve Cambridge Üniversite Kütüphanesi çalışanlarına da. Gen Carden, Maggie Hanbury ve Tamsine O'Riordan kilit noktalarda cesaret vericiydiler. Zed Books'daki ekiple ve Safehouse Creative'den Jonathan Chapman'la çalışmak bir zevkti. Gözünden bir şey kaçmayan editör Pat Harper'a teşekkürler; varsa eğer, geriye kalan dilbilgisi hataları bana aittir.

Telif hakkı sahiplerini ve resim haklarını belirleme konusunda ki yardımlarda teşekkürlerimi genel olarak Zed Books'taki Jakob Horstmann'a sunarım. Anne Ward, Tessa Lewis ve Sarah Crowley'nin yardımları için minnettarım. Görsellerin çoğaltılması izni konusunda British Library, Mary Evans Picture Library, Advertising Arşivi, IPC+Syndication, V&A Images, Getty Images, Magnum Photos, John Bishop, Donald Hinds ve Lambeth Arşivi ve Martin ve Savage'dan David Tinworth'e teşekkürü borç bilirim. Mass Observation'a ait materyaller Londra, Curtis Brown Group Ltd.in izniyle Trustees of the Mass Observation Arşivi (© The Trustees of the Mass Observation Archive) adına çoğaltıldı. Bu kitapta yer alan görsellerin telif hakkı sahiplerini bulma ve onları bilgilendirme yönünde mümkün olan her çaba sarf edildi. Yazar ve yayımcı, eğer varsa, her tür kasti olmayan hata ya da noksan için özür diler. Dikkatlerine sunulması halinde gelecek baskılarda bu tür hatalar düzeltilecektir.

## Giriş

On dokuzuncu yüzyılda ilk kez kullanıldığında “gösteriş”<sup>\*</sup> sözcüğünün büyücülüğe ya da sihirli cazibeye benzer bir anlamı vardı.<sup>1</sup> Yirminci yüzyılda ise sözcük dillere dolandı ve en çok da –“düşler fabrikası” Hollywood’un klasik dönemi olan– 1930’lar ve 1950’lerin Amerikan sinemasıyla ilişkilendirildi; özellikle de kadın yıldızların fotoğraflandığı beyazperde ve stüdyo fotoğrafçılığıyla...

Kadınlar kadar erkekler de gösterişli diye nitelenebileceği gibi bu terim eşyalar, mekânlar veya yaşam stilleri için de kullanılabilir. Neyin gösterişli olup neyin olmadığı konusundaki kararsa kısmen özeldir. (Tıpkı güzellik gibi) gösterişin de bakılandan çok bakanın gözünde olduğu düşünülebilir. Gösterişin nelerden meydana geldiği konusundaki görüşler zaman içinde değişime uğrasa da, belirgin bazı süreklilikler oldu. Gösteriş hemen her zaman sanatsallık ve performansla ilişkilendirildi ve genelde sofistike –çoğu zaman da cinsel– bir tür çekicilik içerdiği düşünüldü. Bu kitapta dışıl gösteriş, yani gösteriş ile moda arasındaki ilişki ve gösterişin modern toplumsal tarih açısından ifade ettiği anlam ele alınacak.

“Kadınsı sofistike bir cazibe türü” anlamındaki “gösteriş” teriminin dışılığın, tüketiciliğin, popüler kültürün, moda ve şöhretin değişim gösteren kurgularıyla iç içe geçmiş bir tarihi var. Konu üstüne yazarların çok azı tarafsız bir tutum benimsedi. Bazı feminist yazarlar kapitalizm ve ataerkinin destek verdiği baskıcı birtakım “kadınsı çekicilik reçeteleri” olarak gördükleri bu kavrama karşı eleştirel tavır takındılar.<sup>2</sup> Giderek artan sayıda toplumsal eleştirmen

\* Cazibe, çekici, gösteriş gibi çeşitli anlamları olan İngilizcedeki *glamour* kelimesini bu kitap için “gösteriş” olarak çevirmeyi uygun bulduk. (Y.N.)

ve çevreci, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki dizginsiz tüketimin yarattığı yıkımdan hayıflandı, varsılıktan ve onun insanda memnuniyet ve mutluluğu garantileme yönündeki âcizliğinden doğan sorunları vurguladı.<sup>3</sup> Kadınlar tüketicilik tarihi ve eleştirileri içinde belirsiz konumları işgal etti. Erken dönem Kooperatif Hareketi'nin tutumlu, toplumsal bilinç sahibi "eli sepetli kadın" temsilcileri ile savaş dönemi kanaatkârlığının "iki yakayı bir araya getiren ve eşya onaran" ev kadını temsilcileri, 1945'ten sonra radikal bir değişime uğradı. *Woman* dergisinin editörü Mary Grieve'in sıkça alıntılanan sözleriyle 1950'lerde, "Küçük Kadın'ın artık Büyük Ekonomi anlamına geldiği bir anda işadamlarının kafasına dank etti."<sup>4</sup> Reklamcılar sıradan kadının bir tüketici olarak önemini fark etmeye başladılar ve kadınların yaşam standardı yükseldikçe, tüketim alışkanlıkları genişleyerek değişti. Hali vakti yerinde kadınların alışveriş bağımlılığı konusundaki kaygılar yeni değildi.<sup>5</sup> Ancak yirminci yüzyıl başlarında yapılan hane harcaması anketleri, işçi sınıfı kadınların kendilerine neredeyse hiç harcama yapmadıklarını, evin ekmek getireni sayılan erkeğin ve çocukların ihtiyaçlarına öncelik verdiklerini ortaya koydu.<sup>6</sup> Yüzyıl sonuna gelindiğinde kadınların moda ve güzellik ürünlerine yaptıkları harcamalardaki muazzam artış, bu "kendinden feragat" imgesinin tersine döndürülmesini ve kadınların "güzellik ürünü ve yaşlanma önleyici krem üreticilerinin savlarıyla aldatılan, ayakkabı takıntılı alışverişkolikler" şeklindeki yeni temsilinin sağlamaştırılmasını sağlamıştı. Medya tarafından "varlıklı ve kafasızlar" etrafında yürütülen düzenli cadı avlarıyla birlikte süper modellere ve şöhretlere yöneltilen eleştirilerin de bir çeşit kadın düşmanlığını tetiklediği zamanlar olmuştu; özellikle de bu kişiler gösterişli ve kadınlarsa.

Peki, geçmiş yüzyılda kadınlara sunulan birbirinden farklı dişilik idealleri arasında *glamorous*/gösterişli kadın imgesi neyi işaret ediyordu? Sadece erkek bakışına tabi kadının objeleştirilişini mi ima ediyor/du? Kadınların kapitalist toplumda tüketici olarak baştan çıkarılmalarını ya da tabi kılınmalarını mı temsil ediyor/du? John Berger'in unutulmaz tanımına göre "gösteriş" gıptanın bir çeşidiydi.<sup>7</sup> Peki yaratılan gösteriş ideallerinin suçu, kadını özgüven eksikliğine, beden algı bozukluğuna, yeme bozukluklarına, plastik cerrahiye ya da yaşlanmayla barışmayı reddedişe atılabilir mi? Yoksa gösteriş kadınlara bir çeşit vasıta, hatta kimi zaman ataerkiden hınç almanın bir yolunu mu sundu? Eğer dişilik ağırbaşlı, latif ve iddiasız olanla ilişkilendirilen bir küçümseme formu olarak görülebiliyorsa, o zaman gösteriş de –belki– daha iddialı ve güçlü bir dişil



kimlik formuna giden yolun önünü açabilir.<sup>8</sup> Ne de olsa gösteriş çoğu zaman bir değişim hayaliyle, sıra dışı olana duyulan arzuyla, bir çeşit gıptayla ve dışiliğin oluşumuna dair bir kurguyla ilişkilendirildi.

Moda olan her zaman gösterişli olmayabilir, gösteriş de her zaman moda olmayabilir. Yirminci yüzyıl modasında gösterişin kendine özgü klişeleri vardı: Simler, kürkler ve *slinky*\* elbiseler, sera çiçekleri ve parlak kırmızı dudaklar. Gösteriş lüks ve aşırılık demektir. Gücü, seksapeli ve sınırları aşmayı ifade ediyordu. Bunun yanında zevkle; kürkün, ipeğin ve pahalı kumaşların hazzıyla; parfümün baş döndürücü şehveti ve hülyasıyla da ilintili olabiliyordu. Bu kitapta gösteriş arzusunun pek çok bağlamda sınıf ve cinsiyet normlarına ya da geleneksel dışilik beklentilerine hapsedilmeye karşı cesur bir reddedişi temsil ettiği ileri sürülüyor. Gösteriş boyunca eğmeden çok, bir meydan okuma; dışiliğe aykırı görülebilecek bir cüretkârlıktır. Gösteriş hem risk hem de kendini ortaya koyma olarak ya da eşitsizliğini ısrarla sürdüren bir toplumda, tehlikeli topraklarda olmasına rağmen kadınlar tarafından kullanılabilir bir kaynak olarak görülebilir.

Yirminci yüzyılın ilk yarısında Hollywood sinemasından yansıyan gösteriş, sıradan kadına gündelik zorluklardan kaçış hayallerine dalma; cinsel güce, egzotik olana, var olmaya ve etki yaratmaya duyulan ilgiyi ifade etme olanağı sundu. Sinemanın popüler moda ve zevkler üstünde güçlü etkisi vardı. Gerçi İngiltere’de savaş, karneyle gıda dağıtımı ve sınırlı bütçeler tüketimi frenlemişti. Britanya’da üst ve orta sınıflar için Amerikan gösterişinin cazibesi daha sınırlıydı. Orada sınıf kavramını görgüyle, zarafetle ve ölçülülükle ilişkilendiren geleneğin kökleri daha eskilere uzanıyordu. Orta sınıflar için giyim tarzını ve toplumsal tavrı asıl belirleyen, saygınlık ve dışarıya karşı görüntüyü koruma arzusuuydu.

1950’ler Britanya’ında gösteriş anlayışı, bu kavramın “cheesecake” fotoğrafçılıkla,\*\* *pin-up* poster çıplakları ya da muzır dergilerdeki yarı çıplak modellerle ilişkilendirilmesiyle birlikte bir anlamda lekelendi. 1950’lerde kadın dergileri gösteriş konusunda temkinliydi. Piyasanın lüks kulvarında moda editörleri sınıf, zarafet ve nezaketi vurguluyordu. Barbara Goalen gibi modeller aristokratik, hanımefendilere özgü bir terbiyeyi, bir anlamda görgülü

\* (İng.) Vücuda oturan, daracık. (Ç.N.)

\*\* Takvim ve posterlerde yayımlanan çekici kadın fotoğrafı. (Ç.N.)

ve kibirli bir küçümsemeyi yansıtıyorlardı. Toplumsal skalanın daha altlarında ise ideal dişiliğin temsili mütevazılık, şıklık ve ev yaşamındaki saygınlıkla ilişkilendiriliyordu. Gösteriş toplumsal konumu sağlam olanlar tarafından muhtemelen hayâsızlık ve gıpta olarak görülüyordu. Lüksle ve ayrıcalıkla bağlantıları yüzünden İngiltere orta sınıfının kınadığı bir şeydi ve akla, gereğinden fazlasını isteyen, gereğinden fazlasını bilen, gereğinden az ya da yanlış türde kıyafetler giyen ve “kendi görüntüsünden farksız”, “arayış içindeki” kadınları getiriyordu.

1960’ların gençlik zelzelesiyle gelen radikal stil değişiminin, dişil cazibe imgeleri üstünde de dramatik bir etkisi oldu. Jean Shrimpton’dan Twiggy’ye dek pek çok model, iri iri açılmış gözlerle ürkek ve masum bir tavır sergilediler. Salıncakta sallanan cici kızlar ve çiçek çocuklar sahne aldığı anda ise gösterişli sofistikellik gözden düşmüş, *haute couture*\* Carnaby Street’in\*\* önünü açmıştı. Gösteriş 1950’lerden 1970’lere dek demode kalmayı sürdürdü. Sözcüğün kendisi moda editörleri tarafından ve kadın dergilerinde çok daha az kullanıldı. Aşkta özgürlüğün yaşandığı bir dünyada şifreli cinselliğe duyulan ihtiyaç azalmıştı. Kadın özgürlük hareketinin 1960’lardaki (ikinci dalga feminizm diye anılan) yükselişle birlikte gösteriş, kadın bedeninin cinsel objeleştirilmesiyle, dünya güzellik yarışmalarıyla ve et pazarı kavramıyla ilişkilendirilen çirkin bir tür sözcüğe dönüştü. Modanın idealleri uzun ve uçuşan çiçekli elbiseler giydirilmiş kızlarla birlikte doğal görünümün cazibesini vurgulamaya başlamıştı. Kozmetik reklamları bu kadınları otlaklarda ve çayırlarda resmediyordu. Kürk ve ağır parfümler enikonu demode olmuştu.

Ne var ki gösteriş geri dönüş hazırlığı içindeydi: *Cosmopolitan*’ın sayfalarında özgüvenli, gıpta dolu ve cinsel farkındalık sahibi kadınların imajları gözden geçirildi ve eski klişelere yeni bir gözle bakmayı sağlayacak biçimde cüretkârlaştırıldı. Müzik dünyasında “glam rock” ve Marc Bolan, David Bowie, Alice Cooper gibi yorumcuların performansları, cinsiyet ve stil hakkındaki beklentileri sekteye uğrattı. Gösteriş 1980’lerde birbirinden farklı unsurlardan beslendi: sahne ve ekran gelenekleri, Amerikan pembe dizileri, yeni gelen bir refah, halkın şöhret takıntısı ve delişmen, müdanasız

\* (Fr.) Kişiyeye özel tasarlanan, elbise anlamına gelen moda terimi. (Ç.N.)

\*\* Londra’da yer alan pek çok modacının mağazasının yer aldığı bir alışveriş caddesi (Y.N.)

bir tüketicilik. Gösteriş şimdi hiç olmadığı kadar yaygındı. Saldırı ve alaycılık okları altında aşırılıklara doğru koşuyordu. Jean-Paul Gaultier ve Gianni Versace gibi tasarımcıların gösterişli yaratımlarında, *Dallas* ve *Dynasty* [Hanedan] gibi dizilerde, Madonna ve Elton John'un performanslarında çılgınlık ve histeri dozu biraz daha artmıştı. Gösteriş bir üst seviyeye taşınmış, abartısı artırılmış, tekdüzelikten kaçıştan çok, kendine çıkış bulmakta zorlandığı popüler kültür içinde bir feryada dönüşmüştü.

Yirminci yüzyılın ilk on yılında "gösteriş" sözcüğü öyle yaygın kullanılıyordu ki sınıfı, yaşı ya da ten rengi ne olursa olsun tüm kadınlara yönelik dergilerin söylemine hükmeder olmuştu. Peki, sözcük keskinliğini ve anlamını kayıp mı etti? Gösteriş demokratikleştirildi mi ve eğer artık pek çoklarının erişimine açıksa bu, kadınlar arasında yeni bir özgüven ve kendinden eminliği mi yansıtıyor; yoksa kadınlar onun dikte ettikleriyle hapsediliyor ve zayıf mı düşürülüyor? Küresel ekonomik sorunlar kemer sıkmaya, *vintage* ve sürdürülebilir moda olan ilgiyi mi körükleyecek yoksa akıl dağıtıcı ve avutucu bir unsur olarak gösteriş arzusunu mu arttıracak? Bu kitap nihayetinde astroloji kitabı değil, tarih kitabı. Ama sözü edilen meselelerden bazıları son bölümde tartışılacak.

Kitabın düzeni esnek bir kronolojiye göre ilerliyor. Gösteriş sözcüğünün genel kullanıma girmeye başlamasıyla; yani yirminci yüzyılın başlarıyla başlıyor. Bundan önce sözcük tutumlulukla kullanılıyordu. Lord Rosebery'nin *Glamour* adlı bir yarış atı vardı. *The Times*'ın dijital arşivinde 1890'lar ve 1900'lerde sözcüğün kullanımının araştırması yapıldığında, o yıllardaki kullanımın büyük bölümünün bu ata gönderme teşkil ettiği görülüyor. Kitabın ilk bölümü "gösteriş" sözcüğünün kök salıp yerleştiği tarihsel bağlamın ana hatlarını ortaya koyuyor; genişleyen ufukları, yeni teknolojileri, kayma gösteren gıpta unsurlarını ve varsayımları içeren bir bağlam. Diğer bir deyişle çağdaşların ve birbiri ardına tarihçilerin genelde "modern" diye andığı şey. British Library'nin gazete bölümü kataloğuna bakıldığında 1920'ler ve 1930'larda yayımlanan dergi ve gazetelerin büyük çoğunluğuna "modern" ön adının verildiği görülebilir: *Modern Home* [Modern Ev], *Modern Marriage* [Modern Evlilik], *Miss Modern* [Bayan Modern] vb. "Modern kız"ın 1920'lerde çeşitli kılıklarda –uçarı, vamp ya da "dans eden kız çocuğu"– canlanan temsili, 1930'larda "beyazperde afetleri" ve gösteriş ikonlarının yaratacağı etkinin habercisiydi. *Oxford English Dictionary* "glamour (gösteriş kızı) deyişinin erken bir kullanımına 1940'ta basılan bir dergiden örnek veriyor. Burada, "bugünlerdeki

kullanımıyla yeni gösteriş kızının, gümüş varak gibi ince ve narin, badem gibi beyaz, nikâh yüzüğü kadar 'platin' haliyle" ortaya çıkışından söz ediliyordu.<sup>9</sup>

Bu kitabın geniş bir odağı var çünkü amacı farklı dışlıkların temsili ve yapılandırılmasına, gıpta unsurlarının ve arzuların biçimlendirilmesine ve toplumsal koşullar ile moda ve maddi kültür arasındaki ilişkilere dair çeşitli araştırma kanallarını bir araya getirmek. Bu çalışma için ilk yola koyulduğumda meslektaşlarımdan birkaçı kaş kaldırdı. Akademik bir sosyal tarihçi olarak önceki araştırmalarımın çoğu cinsiyet, aile ve eğitim odaklıydı. "Demek ipek çorapları çıkarıp file çorapları geçiriyoruz ayağımıza, öyle mi?" diye takıldı bir arkadaşım koridorda.<sup>10</sup> Ancak bu yön değişikliği ilk bakışta görüldüğü kadar radikal değil: Eğitim (sadece çağdaş politika üreticilerinin hedefleri ve becerileriyle değil) aynı zamanda hayaller ve gıpta edilenlerle de ilgilenir. Üstelik eğitim kurumları gibi moda, sinema ve dergiler de farklı dünyalara, farklı modellere ve kadın olma yollarının farklı kültürel anlayışlarına bir bakış sunar.

Bu kitap bir ölçüde maddi ve görsel kültüre, giysiler, kozmetik, popüler modalar ve ucuz takılara duyulan meraktan doğdu. Bitpazarları, eski eşya dükkânları ve ikinci el satışları kendimi bildim bileli ilgimi çekmiş, bana zengin bir sosyal tarih kaynağı sunmuştu. Yığınlarca güve yenikli eski kürk, ayakkabı kutuları dolusu klipsli küpeler, dizi dizi sahte inciler ve şık, içi boş parfüm şişeleri, kadınların geçmişe ait hayallerine dair çok şeyler söyler ve çağrışımlarla yüklüdür; özellikle de parfüm şişeleri. Ben bir eczacı kızıyım ve ilk keyiflerimden biri babamın eve getirdiği boş parfüm tanıtım şişeleri ve kozmetik numunelerle oynamaktı. Özellikle bir Chanel No. 5, Cuir de Russie, Bois des Iles ve Gardénia setini hiç unutamam... Birbirinden sihirli isimler ve buzluca kapaklarıyla zarif şişeler içinde akıllardan çıkmayan kokular...

Parfüm bilindiği üzere anıları, kimi zaman da derin bir kaybetme duygusunu ve arzuyu tetikler. Gösteriş genelde ayartmanın *görsel* dili olarak tanımlanır ama aynı zamanda dokunuş, doku ve koku üzerinden bir duyum ve sihir boyutunu da barındırır.<sup>11</sup> Klasik parfümlere ilişkin birkaç basılı tarihçe ve yüceltme mevcut ama 1900'lerin başlarından beri kadınlar tarafından kullanılan daha ucuz ve popüler kokular hakkında çok daha azı yazılmış. 2003'te Newcastle Halk Kütüphanesi popüler kokuların, parfüm şişelerinin ve benzeri ürünlerin tarihini kutsayan ve meraklı bir yerel koleksiyoncu tarafından hazırlanmış bir sergiye ev sahipliği yaptı. Gelenler (Chanel No. 5'i da üreten) ünlü Rus *parfumier* Er-

nest Beaux tarafından yaratılan Evening in Paris parfümünün büyük bir posteriyle karşılaştılar. Bourjois tarafından pazarlanan, 1929'dan 1939'a dek ve savaş sonrası yıllarda pek çok yerde bulunabilen Evening in Paris'i elli yaş üstü hemen her kadın hatırlar. Üstelik boş mavi gümüş şişeler bile şimdi koleksiyoncular tarafından merakla aranır. Newcastle'daki sergi büyük ilgi gördü ve pek çok ziyaretçisini genç kızlık hayallerini anımsamaya, geride bıraktığımız yüzyılda büyürken yaşadıklarını paylaşmaya itti.<sup>12</sup>

Kadın toplumsal tarihinin büyük bölümü giysilerin, kozmetiğin ve maddi kültürün içine gömülüdür. Elbise tarihçesi şimdi tek başına önemli bir çalışma alanı oldu. Bunun yanında moda ve giyim tarihi üstüne de çok sayıda paha biçilmez çalışma mevcut.<sup>13</sup> Ayrıca pudra kutusu, mücevher, koku şişeleri ve benzeri eski eşyaların koleksiyonunu yapanlara yönelik çok sayıda dergi ve kitap da var. Bu kitap elbette ki ne sadece bir moda tarihi kitabı ne de koleksiyoncu kitabı ama ben odaklı koleksiyoncu rehberlerini çok yararlı buldum. Gerçekten de kendi odağımın çapı ve sentez temelli bir yaklaşımı benimsemiş olmam, başka akademisyenlerin çalışmalarına önemli ölçüde başvurmamı gerektirdi ki bunun da kaynakçada eksiksiz yansıtıldığını umuyorum.



“Görünmeyen kadını görünür kılma çabası” ya da Gerda Lerner’in ifadesiyle “Kadınların tarihöncesinden kadın tarihine geçiş” aşaması... İyi kötü bir erkek tarihi yazılmış yazılmış olmasına da, kadının tarihi hâlâ emekleme safhasında. Her zaman “meçhul askerden daha meçhul birisi vardır: meçhul askerin karısı”.

Britanyalı sosyal tarihçi Carol Dyhouse çalışmalarını özellikle toplumsal cinsiyet alanında yoğunlaştıran önemli bir araştırmacı. Dyhouse, *Gösteriş* başlıklı bu kitabında dikkatini kadınlığın, kadın bedeninin kamusal alanda sergilenmesine çeviriyor. Bazen biraz öncesine, bazen biraz sonrasına atıfta bulunsa da objektifini 20. yüzyıla, tüketim çağı kültürüne odaklayarak kadın kimliğinin tarihsel gelişiminin incelenmesine katkıda bulunuyor. Bunu yaparken klasik tarihçinin pek de gönül indirmeyeceği kaynaklara yöneliyor Dyhouse: Alışıl gelmiş literatürü değerlendirmenin yanında, tekstil müzelerine dalıyor, dönemin moda dergilerini karıştırıyor, Hollywood filmlerinde iz sürüyor, öne çıkan kimi isimlerin hayat hikâyelerini merak ediyor, parfüm adlarındaki sembolleri anlamlandırıyor...

Bir yanıyla kadın vurgulu alternatif bir 20. yüzyıl tarihi sunuyor bize; öte yandan, şu kıskırtıcı soruyu da gündeme getiriyor: “Gösteriş” kadınların ataerki düzene sakince boyun eğmesi midir, yoksa tam tersine bu düzeni kendi silahıyla vurarak erkek egemen sisteme bir meydan okuması mıdır?

Kapak görseli: Georges Léonnet



🌐 canyayinlari.com 🐦 twitter.com/canyayinlari 📘 facebook.com/canyayinevi

ISBN 978-975-07-2620-0



9 789750 726200