

HİPERMODERN DÖNEMDE KADIN: BEDEN, KİMLİK, TÜKETİM VE DİRENİŞİN SOSYOLOJİK ANALİZİ

Woman in the Hypermodern Era: A Sociological Analysis of Body, Identity, Consumption, and Resistance

Fazilet Ahu ÖZMEN AKALIN¹ 

Özet

Bu çalışma, hipermodern toplumun kadın bedeni, kimliği ve özneliği üzerindeki etkilerini kuramsal düzeyde incelemeyi amaçlamaktadır. Hipermodernlik, bireysel özgürlük, estetik ifade ve dijital görünürlük gibi değerleri ön plana çıkarsa da; bu değerler, kadınlar açısından görünmez denetim biçimleri, estetik normlara uyum baskısı ve çoklu rol beklentileriyle iç içe geçmiş yeni gerilim alanları üretmektedir. Kadın kimliği, bir yandan kamusal ve dijital alanda görünürlük kazanmakta; diğer yandan performans, tüketim ve öz-denetim baskısı altında parçalı ve kırılğan bir yapıya dönüşmektedir. Çalışmada, Gilles Lipovetsky'nin estetik tüketim anlayışı, Nicole Aubert'in içselleştirilmiş denetim mekanizmaları, Camille Froidevaux-Metterie'nin bedensel öznellik ve görünürlük kavramları ile Judith Butler'in toplumsal cinsiyetin performatif doğasına ilişkin kuramı temel kuramsal referanslar olarak kullanılmıştır. Ayrıca Michel de Certeau'nun gündelik yaşam taktikleri ile Sarah Banet-Weiser'ın "popüler feminizm" ve "femvertising" eleştirileri üzerinden dijital görünürlük ve sessiz özneleşme biçimleri tartışılmıştır. Türkiye bağlamında ise Şener, Taştan, Aksu Bora, Zeynep Banu Dalaman ve Başak & Bulut Serin'in çalışmaları aracılığıyla yerel temsillere yer verilmiştir. Çalışma, "hipermodern feminizm" kavramını teorik bir öneri olarak sunmakta; bu bağlamda kadınların özgürleşme söylemleri içinde kuşatılmış kimliklerini nasıl yeniden yapılandırıldığını ve görünürlüğün aynı zamanda nasıl bir denetim aracı hâline geldiğini sorgulamaktadır. Çalışma ampirik veri içermemekte, yalnızca kuramsal analiz temelinde yapılandırılmıştır.

Türkçe Araştırma Makalesi

Olay Geçmişi

Teslim: 23.05.2025

Kabul: 15.06.2025

Anahtar Kelimeler

Hipermodernlik,
kadın kimliği, dijital
görünürlük,
performatif cinsiyet,
femvertising,
özneleşme,
hipermodern
feminizm

¹ İstanbul Kent Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, İstanbul – Türkiye,
ahuozmen.akalin@kent.edu.tr.

Abstract

This study aims to examine the impact of hypermodern society on women's bodies, identities, and subjectivities within a theoretical framework. While hypermodernity foregrounds values such as individual freedom, aesthetic expression, and digital visibility, it simultaneously imposes subtle control mechanisms, normative aesthetic pressures, and complex role expectations on women. Female identity, under these conditions, becomes fragmented and fragile—caught between the promise of visibility and the burden of self-surveillance, performance, and consumption. The theoretical foundation of the study draws upon Gilles Lipovetsky's notion of aesthetic consumption, Nicole Aubert's analysis of internalized control and time anxiety, Camille Froidevaux-Metterie's concepts of bodily subjectivity and visibility, and Judith Butler's theory of gender performativity. Additionally, Michel de Certeau's theory of everyday life tactics and Sarah Banet-Weiser's critique of popular feminism and femvertising are employed to analyze the dynamics of digital visibility and silent forms of subjectivation. The Turkish context is incorporated through the contributions of Şener, Taştan, Aksu Bora, Zeynep Banu Dalaman, and Başak & Bulut Serin, offering insight into local manifestations of these global dynamics. The study proposes the concept of "hypermodern feminism" as a theoretical tool to analyze how women reconstruct their identities within a freedom discourse that is, paradoxically, shaped by surveillance and market norms. This is a conceptual and literature-based analysis; no empirical field research has been conducted.

Keywords

Hypermodernity, female identity, digital visibility, gender performativity, femvertising, subjectivation, hypermodern feminism

1. GİRİŞ

Toplumsal yapıların tarihsel dönüşümü, yalnızca ekonomik ve siyasal kurumları değil; aynı zamanda bireylerin kimliklerini, toplumsal rollerini ve özneleşme biçimlerini de derinden etkilemiştir. Modernlikten postmodernliğe ve nihayetinde hipermodernliğe uzanan bu dönüşüm süreci, birey-toplum ilişkisini yeniden tanımlamış; hız, tüketim, görünürlük ve bireysel performans gibi kavramların belirleyici olduğu yeni bir toplumsal düzen inşa edilmiştir. Fransız sosyolog Gilles Lipovetsky, içinde bulunduğumuz dönemi bireyin merkeze alındığı; ancak aynı zamanda kaygı, kırılabilirlik ve sürekli performans gösterme baskısıyla kuşatıldığı bir çağ olarak tanımlamaktadır. Görünüşte bireysel özgürlüklerin genişlediği bu bağlamda, denetim mekanizmaları yalnızca ortadan kalkmamış, tersine daha incelmış, içselleştirilmiş ve estetikleştirilmiş biçimlerde işlemeye başlamıştır. Bu durum, neoliberal öznenin kendi üzerinde kurduğu denetimi hem üretkenlik hem de uyum baskısıyla yeniden üretmesine neden olmaktadır.

Hipermodern toplum, yalnızca yeni bir toplumsal yapı değil; aynı zamanda bireyin kendilikle kurduğu ilişkiyi dönüştüren bir zihinsel yapı olarak belirmektedir (Lipovetsky, 2004; Aubert, 2011). Bu dönüşümden en çok etkilenen alanlardan biri ise kadın kimliğidir. Tarihsel olarak kadın, toplumsal yapının yeniden üretiminde temel bir unsur olarak konumlandırılmış; ancak bu konumun içeriği dönemsel olarak değişmiştir (Scott, 1988). Geleneksel toplumda kadın kimliği, aile içindeki rollerle sınırlanmış; “anne”, “eş” ya da “kız evlat” olarak tanımlanmıştır (Bora, 2012). Modernleşme süreciyle birlikte eğitim, istihdam ve kamusal alan olanaklarının genişlemesi, kadın kimliğinin çeşitlenmesine neden olmuştur (Kandiyoti, 1988; Tekeli, 1990). Ancak bu çeşitlenme, her durumda kadınların özgürleşmesini beraberinde getirmemiştir. Kadınlar modern yurttaşlık haklarına erişim sağlarken, aynı zamanda geleneksel toplumsal cinsiyet rollerinin

sorumluluklarını da taşımaya devam etmişlerdir (Altınay ve Arat, 2007: 15–20).

Hipermodern toplumda ise bu durum yeni bir boyut kazanmıştır. Kadın yalnızca görünür olmakla kalmamakta; aynı zamanda kendi bedeni, kariyeri, sosyal ilişkileri ve kimliği üzerinde sürekli bir özdenetim uygulamak zorunda kalmaktadır. Kadın kimliği, bu bağlamda çoklu, parçalı ve çelişkili bir yapıya dönüşmekte; dijitalleşmenin, tüketim kültürünün ve estetik normların baskısı altında yeniden biçimlenmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, hipermodern toplumun kadın bedeni ve kimliği üzerindeki etkilerini kuramsal bir perspektifle analiz etmektir. Bu bağlamda temel araştırma sorusu şu şekilde belirlenmiştir: “Hipermodern toplumda kadın bedeni ve kimliği, özgürleşme söylemleriyle nasıl yeniden denetim altına alınmaktadır?” Çalışma, bu soruya kuramsal düzeyde yanıt aramakta ve ampirik bir saha araştırması yürütmemektedir. Ele alınan temel kavramlar —görünürlük, özneleşme ve denetim— hem feminist kuram hem de hipermodernlik literatürü çerçevesinde çok katmanlı biçimde ele alınmıştır.

Kuramsal çerçeve, Gilles Lipovetsky’nin “hafiflik kültürü” ve tüketim ideolojisi; Nicole Aubert’in “benliğin aşınması” ve “zaman baskısı”; Carlo Bordoni’nin “post-toplum” kavramı, François Dubet’in bireyselleşme sürecine ilişkin görüşleri ve Camille Froidevaux-Metterie’nin kadın bedenine ilişkin bedensel öznellik ve görünürlük tartışmaları ve yaklaşımları üzerine inşa edilmiştir. Ayrıca Judith Butler’ın toplumsal cinsiyetin performatif doğasına ilişkin kuramı ile feminist literatürdeki çağdaş katkılar ve Türkiye bağlamındaki temsiller de çalışmaya dâhil edilmiştir.

Bu yönüyle çalışma yalnızca kadın kimliğinin dönüşümünü değil; bu dönüşümün hangi mekanizmalarla gerçekleştiğini, hangi çelişkileri doğurduğunu ve nasıl bir denetim ağına dönüştüğünü sorgulamaktadır. Çalışma aynı zamanda, feminist teoride henüz net biçimde sistematize edilmemiş olan hipermodern feminizm

kavramını kuramsal bir öneri olarak ortaya koymakta; dijital görünürlük, sessiz özneleşme ve içselleştirilmiş denetim gibi güncel pratikleri bu çerçeveye birlikte değerlendirmektedir.

Sonuç olarak, söz konusu çalışma, hipermodernliğin kadınlık deneyimini nasıl yeniden yapılandırıldığını; görünürlükle kuşatılmış bir özgürlük söylemi içinde, kadının bedeni ve kimliğinin nasıl denetim altına alındığını çok boyutlu biçimde açığa çıkarmayı hedeflemektedir.

2. HİPERMODERNLİKTE KADIN KİMLİĞİNİN DÖNÜŞÜMÜ: KURAMSAL ARKA PLAN VE TOPLUMSAL DİNAMİKLER

Hipermodernlik kavramı, toplumların geçirdiği yapısal ve kültürel dönüşümü açıklamak için önerilen güncel bir yaklaşımdır. Modernliğin akıl, ilerleme ve düzen idealleri; postmodernliğin çoğulluk, belirsizlik ve görecelik ilkeleriyle yer değiştirirken, hipermodernlik bu iki evrenin iç içe geçtiği, bireyselleşmenin ve tüketimin yoğunlaştığı yeni bir toplumsal momenti tanımlamaktadır. Bu dönemin belirleyici özellikleri arasında hız, tüketim, bireyselleşme, performans baskısı ve dijital denetim öne çıkmaktadır. Birey, özgürlük yanılsaması içinde daha fazla performans, daha fazla görünürlük ve daha yoğun bir öz-denetim baskısıyla karşı karşıya kalmaktadır. “Hiper” kavramının da işaret ettiği gibi bu dönem, her şeyin aşırılığı ile karakterize olmaktadır: aşırı-tüketim ve aşırı-bireyselleşme, hipermodernliğin temel göstergelerindendir (Aubert, 2006).

Bu noktada Gilles Lipovetsky’nin estetik tüketim kültürü yaklaşımı, bireyin bedenine yatırım yapmasını teşvik eden kültürel normları görünür kılarken; Nicole Aubert’in zaman baskısı ve içselleştirilmiş denetim analizleri, bu sürecin özellikle kadınlar üzerindeki psikolojik etkilerini derinlemesine anlamayı mümkün kılmaktadır. Lipovetsky, *Les temps hypermodernes* adlı eserinde (Lipovetsky ve Charles, 2004: 17–50), hipermodernliği bireyin ön plana çıktığı, ancak bu bireyliğin aynı zamanda kaygı, kırılabilirlik ve performans zorunluluğuyla kuşatıldığı bir dönem olarak tanımlamaktadır. Birey, özgür görünmekle

birlikte; tüketim kalıplarına, estetik normlara ve toplumsal beklentilere bağlı olarak kendini sürekli yeniden yapılandırmak zorundadır. Bu dönüşüm, özellikle kadınlar açısından daha görünmez ama daha yaygın bir denetim biçimi olarak işlemektedir.

Nicole Aubert’in bireyin öz-denetim altına girmesini açıklayan kuramsal çerçevesi, Camille Froidevaux-Metterie’nin kadın bedeninin toplumsal ve estetik temsiller üzerinden denetlenmesine dair analizleriyle tamamlanmaktadır. Aubert, *Le culte de l’urgence* (2003) adlı eserinde, zamana yetişememe, sürekli üretken olma zorunluluğu ve kendini gerçekleştirme baskısı altında bireyin —özellikle de kadınların— duygusal tükenmişliğe sürüklendiğini vurgulamaktadır. 2006 yılında editörlüğünü yaptığı *L’individu hypermoderne* adlı kolektif çalışmada ise bireylerin dışsal otoritelerden bağımsızlaşmasına rağmen içselleştirilmiş normlara göre hareket etmeye zorlandığını belirtmektedir. Aubert’e göre bu süreç, özellikle kadınlarda “ideal beden”, “ideal yaşam tarzı” ve “başarılı birey” gibi normların baskısını artırmakta; özneleşmeyi değil, içselleştirilmiş bir denetimi doğurmaktadır (2006: 34–48).

Camille Froidevaux-Metterie, kadın bedeninin politik ve kültürel anlamlarını öne çıkarırken; sosyolog David Le Breton, bu bedensel deneyimin nasıl anonimleştirildiğini ve bireyin bedenle olan ilişkisini nasıl kaybettiğini ortaya koymaktadır. Froidevaux-Metterie, *Le corps des femmes. La bataille de l’intime* adlı eserinde, kadının görünürlüğü ve bedensel temsilleri üzerine kurulan yeni baskı biçimlerini açığa çıkarmaktadır. Kadın bedeni, özgürlükle değil; denetimle kuşatılmaktadır. Bu görünürlük, kadınlara bedensel öznellik kazandırmak yerine, onları estetik normlara daha sıkı biçimde uyum sağlamaya zorlamaktadır (2018: 59–66). Özellikle dijital çağda kadın, yalnızca toplumsal rollerini değil, bedenini de sürekli biçimlendirme, sunma ve denetleme yükümlülüğü altındadır.

Le Breton’un bedensel anonimlik tespiti, Zygmunt Bauman’ın akışkan kimlikler ve istikrarsız

aidiyetler kavramıyla daha geniş bir toplumsal çerçevede bütünlük kazanmaktadır. Le Breton, *Anthropologie du corps et modernité* adlı eserinde, modern bireyin bedeniyle olan ilişkisinin hem bireysel hem de toplumsal olarak çözüldüğünü ve bunun özellikle kadınlar açısından öznelliği zedeleyici bir etkiye yol açtığını belirtmektedir (2008: 135–138). Bauman (2000) ise, çağımızda hiçbir yapı, ilişki ya da kimliğin sabit olmadığını; her şeyin geçicilik ve belirsizlik ilkeleriyle tanımlandığını vurgulamaktadır.

Bu akışkanlık durumu, Carlo Bordonin'in "post-toplum" analizinde anlam arayışının ve aidiyetin bireysel bir çaba haline dönüşmesiyle daha da karmaşık hale gelmektedir. Bordoniy'e göre geleneksel yapılar çözülürken, bireyler yalnızca seçim yapma özgürlüğüyle değil; aynı zamanda sürekli öz-izleme ve performans dayatmalarıyla karşı karşıya kalmaktadır (2022: 135–157). François Dubet'nin bireyselleşme eleştirisi ise, bu çabanın yalnızlaşma ve çoklu rol baskısıyla sonuçlandığını göstermektedir (2002: 63–80). Aile, din ve okul gibi yapılar birey üzerindeki denetimlerini kaybederken, bu boşluğu bireyin kendi içselleştirdiği normlar doldurmaktadır. Kadınlar açısından bu durum, yalnızca "iyi bir eş" ya da "başarılı bir çalışan" olmakla sınırlı kalmamaktadır; aynı zamanda duygusal denge, estetik normlara uyum ve sosyal başarı beklentileriyle birleşerek çok yönlü bir baskı yapısına dönüşmektedir.

Judith Butler'ın toplumsal cinsiyetin performatif doğasına ilişkin yaklaşımı, bu çoklu rol beklentilerinin kadın kimliğini nasıl sürekli yeniden kurulan ama asla sabitlenemeyen bir yapıya dönüştürdüğünü kuramsal olarak açıklamaktadır. Butler, toplumsal cinsiyetin sabit bir öz değil; tekrar eden toplumsal normlar ve söylemler aracılığıyla inşa edilen bir performans olduğunu belirtmektedir (1990: 25). Hipermodern toplumda bu performans, dijital görünürlük, estetik kodlar ve öz-denetim mekanizmaları ile daha da pekişmekte; kadın kimliği giderek kırılgan ve geçici bir form hâline gelmektedir.

Türkiye bağlamında ise Başak ve Bulut Serin (2021), kadınların toplumsal rollerinin yalnızca kamusal alandaki beklentilerle değil; aynı zamanda geleneksel yapıların hâlâ baskın olduğu aile içi sorumluluklarla da şekillendiğini vurgulamaktadırlar. Kadının hem kariyer sahibi hem iyi bir anne hem de sosyal çevresinde aktif olması beklenirken; bu çoklu görev yükü, özellikle kentli kadınlar arasında tükenmişlik ve kimlik karmaşası yaratmaktadır. Yazarlar, bu durumun bireysel değil; yapısal bir sorun olduğunu ve neoliberal sistemin kadınları çoklu rollerin taşıyıcısı hâline getirdiğini belirtirler.

Sonuç olarak, hipermodernlik yalnızca bireysel özgürlük ve estetik beğenilerin belirlediği bir dönem değil; aynı zamanda toplumsal cinsiyet ilişkilerinin yeniden yapılandığı ve kadın kimliğinin yeni biçimlerde denetlendiği bir toplumsal evredir. Bu dönemde kadın, hem geleneksel toplumsal cinsiyet normlarının kalıntılarıyla hem de dijital kültürün ve neoliberal düzenin dayattığı görünürlük, performans ve tüketime dayalı taleplerle şekillenen çok katmanlı bir kimlik deneyimi yaşamaktadır. Kadın kimliği, bu çoklu etkileşimler sonucunda hem direnç hem de uyum stratejileri geliştirerek, parçalı ve çoğul bir yapıya bürünmektedir. Parçalanmış, çelişkili ve sürekli yeniden tanımlanan bir öznellik hâline gelen kadın kimliği, özgürleşme arzusuyla denetim mekanizmaları arasında salınan karmaşık bir zeminde var olmaya çalışmaktadır. Bu bağlamda kadın bedeni ve öznelliği, yalnızca bir özgürlük alanı değil; aynı zamanda görünmeyen ancak işlevsel bir gözetim ağı içinde sürekli yeniden düzenlenen bir temsil nesnesine dönüşmektedir.

3. KADIN BEDENİNİN TEMSİLİ: GÜZELLİK, MEDYA VE GÖNÜLLÜ DENETİM

Hipermodern toplumda kadın bedeni yalnızca biyolojik bir varlık değil; aynı zamanda kültürel, ekonomik ve ideolojik anlamlar taşıyan bir göstergeye dönüşmüştür. Medya, sosyal medya, reklam ve moda endüstrileri aracılığıyla sürekli görünür kılınan bu beden, çoğu zaman özne değil, nesne konumunda sunulmaktadır. Naomi Wolf'un

“güzellik miti” olarak tanımladığı yapı, kadınların toplumsal değerinin fiziksel görünümüleriyle ölçüldüğü patriyarkal bir estetik rejimini yeniden üretmektedir (1991: 10–19). Bu rejim, kadınlara özgürlük vaat ederken, onları sürekli bir estetik rekabet içinde tutan gönüllü bir öz-denetim sistemine dönüştürmektedir.

Wolf’un güzellik miti vurgusu, kadın bedeninin patriyarkal sistem içinde nasıl biçimlendirildiğini açığa çıkarırken; Gilles Lipovetsky, bu biçimlenmenin estetik tüketim ideolojisiyle nasıl içselleştirildiğini göstermektedir. Lipovetsky’nin “hafiflik ideolojisi” olarak tanımladığı hipermodern yaşam tarzı, bireyleri haz, estetik ve geçicilik üzerinden tanımlarken, kadın bedenini hem bireysel ifadenin hem de piyasa taleplerinin nesnesi hâline getirmektedir (2006: 150-180).

Lipovetsky’nin bu estetikleştirme yaklaşımı, Mike Featherstone’un “estetik kendilik” kavramı ile tamamlanmaktadır. Moda, kozmetik ve dijital imajlar aracılığıyla kadın bedeni artık yalnızca görünmek için değil; sürekli düzenlenmek, kontrol edilmek ve sunulmak zorunda olunan bir “proje”ye dönüşmüştür. Featherstone’a göre, özellikle kadınlar, bedensel yatırımlar üzerinden toplumsal onay kazanmak zorunda bırakılmakta; bu da özneleşmeyi değil, piyasaya uyumu teşvik etmektedir (1991: 173–176).

Bu bağlamda, Nicole Aubert’in “kaygılı özne” ve “benliğin aşınması” yaklaşımları, bu bedensel projeye dair duygusal ve psikolojik yükleri açıklamak açısından önem arz etmektedir. Aubert’e göre, hipermodern birey, dışsal otoritelerden kurtulmuş gibi görünse de içselleştirilmiş normlar ve görünürlük baskısı nedeniyle sürekli kendini denetlemek zorunda kalmaktadır (2006: 34–48). Bu içselleştirme, kadınlar açısından yalnızca bedenin bakımı değil; aynı zamanda pazarlanabilirliği anlamına da gelmektedir. Güzellik artık kişisel bir tercih değil, dijital beğeniler ve sosyal onayla ölçülen bir zorunluluğa dönüşmüştür.

Bu denetim ve kendini teşhir etme zorunluluğu, Michel Foucault’nun panoptik gözetim modeliyle

dijital düzlemde yeniden tanımlanmaktadır. Sosyal medya algoritmaları bireyleri hem izleyen hem de izlenen konumuna yerleştirerek “dijital panoptikon”u inşa etmektedir. Kadınlar, bu sistem içinde kendilerini sürekli olarak filtrelerle düzenlemekte, ideal beden imgeleriyle uyumlu hâle getirmekte ve görünürlük kazanmak adına ataerkil normları gönüllü biçimde yeniden üretmektedirler (1977: 206–210). Gözetim artık dışsal değil; özne tarafından içselleştirilmiş, estetik normlar aracılığıyla içten işletilen bir baskıya dönüşmüştür.

Bu dijital denetim yapısının medyadaki yansıması ise, kadın temsillerinin biçimsel ve duygusal olarak da sınırlandırılmasıyla kendini göstermektedir. Bu noktada Aktaş’ın çözümlemesi özellikle dikkat çekicidir: Medyada kadınlar çoğunlukla iki uç temsille görünür kılınmaktadır: ya fedakâr ve duygusal bir aile figürü ya da bireysel, estetik ve başarı odaklı güçlü bir kadın imgesi. Arada kalan çoklu kadınlık deneyimleri görünmez bir hale getirilmektedir. Bu durum, yalnızca kadının nasıl görünmesi gerektiğini değil, aynı zamanda nasıl hissetmesi, hangi değerleri taşıması gerektiğini de belirleyen sembolik bir denetim mekanizması işlevi görmektedir (2020: 1–10). Bu tespit, görünürlüğün yalnızca görsel değil; aynı zamanda duygusal ve değer yönelimli biçimlerde de düzenlendiğini ve kadınların medya temsilleri aracılığıyla belirli bir duygu rejimi içine çekildiğini göstermektedir. Bu bağlamda görünürlük, özneleşmeyi desteklemekten çok, ideal kadınlık imgelerini yeniden üretmektedir.

Bu kavramsal çerçeve, Camille Froidevaux-Metterie’nin görünürlük politikaları ve kadın bedeninin temsiline ilişkin analizleriyle derinleşmektedir. Froidevaux-Metterie’ye göre, kadın bedeni yalnızca biyolojik bir gerçeklik değil; aynı zamanda siyasi ve toplumsal bir temsildir. Özellikle *Le corps des femmes. La bataille de l’intime* adlı çalışmasında, kadının kamusal alanda görünür olmasının özgürleştirici değil; çoğu zaman yeni bir temsil yükü ve öz-denetim baskısı doğurduğunu belirtmektedir (2018b: 59–66). Kadınlar, bu süreçte

görünürlük kazanmakta; ancak bu görünürlük, bedensel özneliliği değil, normatif estetik kalıplara uyumu teşvik etmektedir. Ona göre kadınlar “kamusal alanın feminenleşmesi” sürecinde sadece kendilerini ifade etmekle kalmayıp, aynı zamanda bedenleri aracılığıyla temsilin ve kontrolün yeni biçimlerini de taşımaktadırlar.

Bu kuramsal yapı, Türkiye bağlamında Aksu Bora ve Hülya Çakır’ın analizleriyle dikkat çekmektedir. Bora, kadın bedeninin yalnızca toplumsal emeğin değil; aynı zamanda görünürlük ve temsil yükünün de taşıyıcısı olduğunu belirtmektedir (2004: 83). Medyada ve dijital platformlarda yer alan kadın imgeleri, kadınların toplumsal konumunu güçlendirmekten çok, onları geleneksel kalıplara uyum sağlamaya zorlamaktadır. Hülya Çakır ise, dijital mecralarda kadın bedeninin estetik beğeniye göre kurgulanmasının bireysel özgürlükten çok, kültürel bir zorunluluk ve normatif baskı olduğunu vurgulamaktadır (2020: 265).

Sonuç olarak, hipermodern toplumda kadın bedeni hem görünürlüğün hem de gönüllü denetimin merkezi bir ögesi hâline gelmiştir. Kadınlar, estetik idealler ve medya temsilleri aracılığıyla hem toplumsal onayı kazanmak hem de benliklerini kurmak zorunda kalmaktadır. Ancak bu süreç, görünürlükle birlikte artan bir kontrol mekanizması da doğurmaktadır; kadını özne olmaktan çok, piyasa ve kültürün beklentilerine göre şekillenen bir imgeye dönüştürmektedir. Bu durum, kadın bedeninin özgürleşmesini değil; denetimin daha incelmış biçimlerde yeniden üretimini göstermektedir.

4. HİPERMODERN KADIN KİMLİĞİ: ÖZGÜRLÜKLE KUŞATILMIŞ PARÇALANMA

Hipermodern toplumda kadın kimliği, görünürde özgürleşmiş ve çeşitlenmiş bir yapı sergilese de bu çeşitlenme çoğu zaman parçalanma, gerilim ve duygusal yıpranma ile sonuçlanmaktadır. Kadınlar, aynı anda hem modern birey olmanın gereklerini — üretkenlik, başarı, estetik bütünlük — hem de geleneksel rollerin yüklediği sorumlulukları taşımak zorunda kalmaktadır. Gilles Lipovetsky’nin belirttiği gibi, günümüz

bireyi çok sayıda yaşam alanında başarılı olma baskısı altındadır; kadınlar ise bu baskıyı çift katmanlı hisseder, çünkü modern özgürleşme idealleri ile geleneksel rollerin duygusal emeği arasına sıkışmışlardır (2004: 103-120).

Bu çifte yük, yalnızca dışsal bir talepler yığını değil; aynı zamanda içselleştirilmiş bir öz-denetim yapısına dönüşmektedir. Nicole Aubert’in “benliğin aşınması” ve “zaman baskısı” yaklaşımları, bu dönemde kadınların yaşadığı duygusal ve psikolojik yükleri anlamada temel açıklayıcılardan biri hâline gelmektedir. Özellikle *Le culte de l’urgence* (2003) adlı eserinde, zamana yetişememe, sürekli üretken olma zorunluluğu ve kendini gerçekleştirme baskısı altında bireyin — özellikle de kadınların — duygusal tükenmişliği sürüklendiğini vurgulamaktadır. *L’individu hypermoderne* çalışmasında ise bireylerin dışsal otoritelerden bağımsızlaşmasına rağmen içselleştirilmiş normlara göre hareket etmeye zorlandığını belirtmektedir (2006: 34-48). Kadınlar bu süreçte bedenleri, yaşam tarzları ve duygusal varlıkları üzerinde sürekli bir öz-denetim uygulamakta; bu da onları yalnızca üretici değil, aynı zamanda toplumsal estetik beklentilerin taşıyıcısı hâline getirmektedir.

Bu içselleştirilmiş denetim mekanizmaları, özellikle kadın bedeni üzerinden daha görünür hâle gelmektedir. Camille Froidevaux-Metterie, kadın bedeninin yalnızca biyolojik bir yapı değil; aynı zamanda toplumsal ve politik bir temsil alanı olduğunu vurgulamaktadır. Ona göre, kamusal görünürlüğü artan kadınlar özgürleşmemekte; aksine estetikleştirilmiş beden imgeleri aracılığıyla yeni temsil yükleri üstlenmektedirler (2018b: 59-67). Bu durum, kadının yalnızca görünür değil, aynı zamanda sürekli biçimlendirilmesi gereken bir beden olarak konumlandırılmasına neden olmaktadır. *Un corps à soi* adlı eserinde ise Froidevaux-Metterie, kadınların bedensel öznelliklerini tesis etme çabalarının, medya ve kültürel normlar aracılığıyla sınırlandırıldığını belirtmektedir (2021: 102-105). Kadınlar, kendi bedenlerine sahip çıkma iddiasıyla görünürlük

kazanmakta; fakat bu görünürlük çoğu zaman sistemin estetik ve davranışsal normlarına hizmet eden bir çerçevede gerçekleşmektedir.

Türkiye bağlamında, Serpil Sancar, “Türk modernleşmesinin cinsiyeti” kavramı ile kadınların kamusal görünürlüğünün çoğu zaman devletin ve toplumun tanımladığı rollerle sınırlı kaldığını belirtmektedir. Ona göre, modernleşme süreci kadını kamusal alana taşımış gibi görünse de, bu süreçte kadınlar gerçek anlamda özneleşmekten çok, “temsil” görevleriyle yükümlü kılınmıştır (2012: 95–98). Hipermodern dönemde bu temsiller daha incelmış, estetikleştirilmiş ve bireyselleştirilmiş biçimlerde yeniden üretilmekte; kadınların özgürlük alanları biçimsel bir çerçeveye indirgenmektedir.

Fatmagül Berktaş, kadınların tarih boyunca kamusal görünürlüğe kavuşmalar bile çoğunlukla sistemin tanımladığı işlevleri yerine getirdiklerini vurgulamaktadır. Ona göre kadınlar, özne olarak değil; aile, din, millet gibi ideolojik yapıların temsilcisi olarak sahnelenmiştir (2003: 117–120). Hipermodern toplumda bu durum, annelik, estetik başarı ve ahlaki bütünlük gibi normlar aracılığıyla yeniden üretilmekte; kadınlar özgürleşen değil, sistemin dayattığı imgelere uygun davranan figürlere dönüşmektedir.

Judith Butler’ın toplumsal cinsiyetin performatif doğasına ilişkin yaklaşımı, bu çoklu rol beklentilerinin kadın kimliğini nasıl sürekli yeniden kurulan ama asla sabitlenemeyen bir yapıya dönüştürdüğünü açıklamada önemli bir kuramsal katkı sunmaktadır. Butler’a göre toplumsal cinsiyet, biyolojik olarak belirlenmiş sabit bir öz değil; toplumsal normlara göre sürekli tekrarlanan davranışlar ve söylemler aracılığıyla inşa edilen bir performanstır (1990: 25–30). Hipermodern toplumda bu performans, dijital görünürlük, estetik normlara uyum ve davranışsal beklentiler yoluyla daha da pekişmekte; kadınlar yalnızca aile ve iş hayatında değil, aynı zamanda sosyal medyada, reklamlarda ve kamusal alanlarda da sürekli olarak bu performansı tekrar etmek zorunda kalmaktadır. Bu durum, kadının içsel benliği ile dışsal kimliği

arasında derin bir gerilim yaratmakta; kimlik inşasını kırılgan ve geçici hâle getirmektedir.

François Dubet’in bireyselleşme kuramı da bu süreci açıklamak açısından önemlidir. Dubet’e göre, modern dönemde bireyler geleneksel toplumsal kurumların (aile, din, eğitim) sağladığı çerçeveden uzaklaşmış; bu da bireyin kimliğini ve değerlerini kendi başına oluşturma sorumluluğunu artırmıştır (2002: 63–80). Bu bireyselleşme süreci, özgürlük getirmekten çok, bireyin yalnızlaşmasına ve kimlik inşasında parçalanmaya yol açmaktadır. Kadınlar açısından bu durum, aynı anda hem kamusal başarı, hem özel yaşamda sorumluluk, hem de estetik bütünlüğü sağlama gibi çok yönlü beklentilerin baskısı altında yaşanmakta; bu da psikolojik yorgunluğu, tükenmişliği ve benliğin sürekliliğinde kopuşları beraberinde getirmektedir.

Zygmunt Bauman ise bu yapıyı “akışkan modernlik” kavramı üzerinden açıklamaktadır. Ona göre günümüz modernliği, kalıcılıktan çok geçicilik, sabitlikten çok akışkanlık ilkeleriyle tanımlanmaktadır. Bu bağlamda kimlikler de sabit değil; sürekli güncellenen, değişen ve bağlamsal olarak yeniden tanımlanan yapılar hâline gelmiştir (2000: 8–14). Kadın kimliği de bu bağlamda, toplumsal normlar, dijital estetik ve tüketim kültürüyle iç içe geçmiş, akışkan ama aynı zamanda kırılgan bir yapıya bürünmüştür. Kadınlar, bu esneklik içinde yönlerini kaybetmekte; özgürleşmenin yükünü belirsizlik, yalnızlık ve sürekli değişimle birlikte taşımaktadır.

Sonuç olarak, hipermodernlik yalnızca bireysel özgürlükler ve estetik tercihlerle tanımlanan bir çağ değil; aynı zamanda toplumsal cinsiyet ilişkilerinin ve kadın kimliğinin yeni ve incelmış baskı biçimleriyle kuşatıldığı bir yapıdır. Bu bağlamda kadın, hem geçmişin geleneksel rollerinden hem de günümüzün dijital ve tüketim odaklı normlarından etkilenecek parçalı, çelişkili ve sürekli müzakere hâlinde bir özneye dönüşmektedir. Kadın bedeni, kimliği ve özneliği, bu yeni dönemde yalnızca özgürlükle değil; aynı zamanda görünmez, estetikleştirilmiş ve içselleştirilmiş bir denetim ağıyla yeniden biçimlenmektedir.

5. TÜKETİM TOPLUMUNDA KADIN KİMLİĞİ VE FEMVERTİSİNG: ÖZNELEŞME Mİ PAZAR NESNESİ Mİ?

Hipermodern toplumun merkezinde yer alan tüketim kültürü, yalnızca ekonomik bir sistem olmanın ötesinde, arzuların, kimliklerin ve toplumsal rollerin yeniden üretildiği karmaşık bir yapıyı temsil etmektedir. Özellikle kadın kimliği üzerinde etkili olan bu kültür, hem bireysel özgürlük vaatleri sunmakta hem de pazarlanabilirlik baskısı yaratarak çelişkili bir işleyiş sergilemektedir. Kadınlar, hem hedef kitle hem de tüketim nesnesi olarak merkezi bir konuma yerleştirilmekte; böylelikle özneleşme ve temsil söylemleri piyasa mantığıyla sıkı sıkıya iç içe geçmektedir. Bu bağlamda, kadın kimliğinin piyasa içindeki temsili, hem özgülleştirici hem de denetleyici biçimlerde inşa edilmektedir.

Bu ikili yapının kuramsal izini, ilk olarak Gilles Lipovetsky'nin estetik tüketim kavramında takip etmek mümkündür. *La troisième femme* (1997) adlı çalışmasında Lipovetsky, modern kadın figürünü hem bireysel haklara sahip bir özne hem de piyasa dinamiklerinin estetik kodlarıyla şekillendirdiği bir imge olarak tanımlamaktadır. Ona göre “üçüncü kadın”, seçim özgürlüğü adı altında ideal beden, güzellik ve başarı normlarına uymak zorunda kalan bir figüre dönüşmektedir. Bu durum, kadın kimliğinin görünürde çeşitlenmiş gibi görünmesine rağmen, piyasa temelli bir tek-biçimliliğe evrildiğini göstermektedir.

Jean Baudrillard bu süreci daha soyut bir düzlemde ele almaktadır. Ona göre tüketim toplumu, ihtiyaçların değil; anlam yüklü simgelerin ve görsel imgelerin belirleyici olduğu bir düzendir. Kadın bedeni bu bağlamda yalnızca biyolojik bir varlık değil; erotize edilmiş, estetikleştirilmiş ve ticarileştirilmiş bir göstergeye dönüşmektedir. Reklamlar, sosyal medya ve dijital kültür aracılığıyla kadına dair değer, fiziksel görünüm ve satın alma gücü ile tanımlanmakta; kadın bedeni bir “mesaj” ve “pazarlama yüzeyi” hâline gelmektedir (2017: 163-191).

Bu teorik çerçeveye paralel biçimde, Rifat Bilgin (2015), kadın bedeninin yalnızca tüketilen değil; aynı zamanda erotik bir nesne olarak pazarlanan bir yapıya büründüğünü belirtmektedir. Bilgin'e göre, modern ataerkillik, kadının görünürlüğü artırırken, onun bedenini piyasanın denetimine daha doğrudan açmakta; kadın, arzusunun ve satın almanın nesnesi hâline getirilmektedir. Bu temsil biçimleri, kadının kendi bedenine sahip çıkma söylemi altında, aslında onun özerkliğini örten sembolik kodlara dayanmaktadır (2015: 309-329).

Bu noktada Elif Gönül Avcılar'ın (2022) sosyal medya temelli analizleri, bu dönüşümün dijital alandaki yansımalarını göstermektedir. Avcılar'a göre, kadınların dijital ortamlardaki görünürlüğü; kullandıkları markalar, yaşam tarzları ve estetik uyumları üzerinden değerlendirilmekte, böylece sosyal medya temsilleri yalnızca ifade alanı değil; aynı zamanda gönüllü bir denetim mekanizmasına dönüşmektedir. Kadın kimliği burada bireysel bir tercih değil; “estetikle onaylanmış bir özne” olma baskısı altında şekillenmektedir (2022: 445-464).

Bu yapının en çarpıcı tezahürlerinden biri ise, feminist söylemlerin pazarlama estetiğiyle birleştiği “femvertising” olgusudur. Sarah Banet-Weiser, femvertising ve “popüler feminizm” kavramlarıyla, güçlenme ve görünürlük vaatlerinin ticarileştirilmiş biçimlerde sunulduğunu göstermektedir (2018: 1-40). “Kendini sev”, “güçlü kadın ol”, “bedenini kutla” gibi sloganlar, kadınlara yönelik güçlenme mesajları taşır gibi görünse de; bu mesajlar çoğu zaman markaların değer sistemine entegre edilmiştir. Kadınlar bu reklamlar aracılığıyla, kendilerini özgülleştirdiklerine inanırken; aslında sistemin inşa ettiği ideal kadın imajını yeniden üretmektedirler.

Femvertising'in bu çelişkili doğası, Fatmagül Berktaş'ın kamusal görünürlük eleştirisiyle daha da netleşir. Berktaş (2003: 117-120), kadınların tarih boyunca kamusal görünürlük kazandıklarında bile çoğu zaman özne değil, sistemin tanımladığı rolleri üstlenen figürler olarak konumlandırıldıklarını vurgulamaktadır. Femvertising ile yaratılan görünürlük de bu yapının dijital ve neoliberal bir

yeniden üretimi olarak değerlendirilebilir: Kadın, kendi sesiyle değil; sistemin biçimlendirdiği estetik, başarı ve özgüven imgeleriyle sahneye çıkarılmaktadır.

Bu bağlamda Judith Butler'ın toplumsal cinsiyetin performatif doğasına ilişkin kuramı, bu yapının altında yatan normatif tekrarları açığa çıkarmaktadır. Butler'a göre, toplumsal cinsiyet sabit bir kimlik değil; tekrar eden ve normlara göre düzenlenen performanslar bütünüdür (1990: 25–30). Femvertising, kadınlara bu performansların bir türünü —estetikle uyumlu, güçlü birey imgesi, kendini seven kadın prototipi— dayatmakta; böylece görünürlük üzerinden şekillenen yeni bir toplumsal cinsiyet performansını norm haline getirmektedir. Bu bağlamda güçlenme, çoğu zaman temsilin sınırları içinde kalmakta ve öznelliğe değil, normatif düzene hizmet etmektedir.

Türkiye bağlamında bu çelişkili yapı, hem kampanya düzeyinde hem de göstergebilimsel analizlerde açıkça gözlemlenmektedir. Hülya Demir'in (2023) incelediği Adidas kampanyasında kullanılan "Support is Everything (Destek her şeydir)" sloganı, yüzeyde feminist bir çağrışım taşımakta; fakat derininde markanın duygusal kapitalini güçlendiren bir stratejiye dönüşmektedir. Benzer biçimde, İsmail Arı, Elidor reklamları üzerine yaptığı çözümlemede, femvertising'in özgürlükçü bir dile bürünse de, estetik ve sosyal normlara uyumu teşvik eden yapısını gözler önüne sermektedir. Kadınlar bu kampanyalarda hem hedef kitle hem de gösterilen değerlerin taşıyıcısı hâline gelmektedir. Böylece görünüşte güçlendirilmiş bir kimlik yaratılırken, aslında tüketim normlarına uygun davranan ideal tüketici kadın imgesi üretilmektedir (2024: 669-684).

Sonuç olarak, hipermodern tüketim toplumunda kadın kimliği, özgürlük ve kendini ifade etme vaatleriyle sunulmakla birlikte, bu söylemler sıklıkla piyasanın sembolleri, normları ve stratejik anlatıları doğrultusunda yeniden şekillendirilmektedir. Kadın, hem özne hem de nesne olarak eşzamanlı bir konumlandırmaya tabi tutulmakta; görünürlük aracılığıyla güçlendiği

yanılsaması içinde estetik ve ekonomik beklentilerin içine çekilmektedir. Bu durum, kadın kimliğinin özneleşme potansiyelini çoğunlukla görünürlük ve pazarlanabilirlik üzerinden sınırlandıran yapısal bir çelişkiye işaret etmektedir. Femvertising ise bu çelişkinin en rafine yüzeylerinden biri olarak, kadınları yalnızca temsile değil, aynı zamanda pazarlanabilir bir performansa dönüştürmektedir.

6. HİPERMODERN FEMİNİZM: DİJİTAL DİRENİŞ, SESSİZ ÖZNELEŞME VE ELEŞTİREL PERSPEKTİF

Feminizm, tarihsel süreç boyunca toplumsal cinsiyet eşitsizliklerine karşı gelişen mücadele biçimleriyle genelde dört temel dalga çerçevesinde incelenmektedir (Tong, 2009; hooks, 2000). Bu dalgalar, kadın kimliğini, bedenini, emeğini ve toplumsal rollerini, dönemin kültürel, siyasal ve ekonomik bağlamlarıyla birlikte değerlendirmiştir.

Birinci Dalga Feminizm, 19. yüzyılın sonları ile 20. yüzyılın başlarında şekillenmiş ve kadınların oy hakkı, eğitim ve mülkiyet gibi temel yurttaşlık haklarını savunmuştur. Mary Wollstonecraft'ın *A Vindication of the Rights of Woman* (1792) adlı eseriyle başlayan bu dalga, John Stuart Mill ve Harriet Taylor gibi düşünürlerin katkılarıyla liberal eşitlik anlayışını temel almıştır. Simone de Beauvoir'un *Le Deuxième Sexe* (1949) adlı eseriyle kadın meselesi felsefi bir boyut kazanmış; kadın, ikinci cins olarak konumlandırılmasına karşı özneleşme mücadelesine çağrılmıştır.

İkinci Dalga Feminizm, 1960'lardan 1980'lere uzanan dönemde, yalnızca hukuki eşitlik talepleriyle sınırlı kalmamış; özel alanın da politik olduğunu savunarak, patriyarkanın yapısal doğasını sorgulamıştır. Shulamith Firestone'un *The Dialectic of Sex* (1970) ve Kate Millet'tin *Sexual Politics* (1970) gibi eserleri, kadın bedeni, annelik ve ev içi emeği politik düzleme taşımıştır. Bu dalganın son döneminde Judith Butler, *Gender Trouble* (1990) adlı eseriyle toplumsal cinsiyetin sabit bir öz değil; toplumsal normların tekrarları yoluyla inşa edilen bir performans olduğunu ortaya koymuş, sabit kadınlık tanımlarını da kökten eleştirmiştir.

Üçüncü Dalga Feminizm, 1990'larda ortaya çıkmış ve özellikle evrenselci söylemlere yönelik eleştirilerle postkolonyal feminizm, queer teori ve kesişimsellik (intersectionality) yaklaşımlarını öne çıkarmıştır (Crenshaw, 1991; Mohanty, 1988). Judith Butler'ın *Gender Trouble* (1990) adlı eseri bu dönemde yeniden yorumlanmış, toplumsal cinsiyetin sabit bir öz değil; tekrarlar yoluyla kurulan bir yapılar bütünü olduğu görüşü ön plana çıkmıştır.

Dördüncü Dalga Feminizm, 2010'lardan itibaren dijitalleşmenin etkisiyle şekillenmiş ve çevrimiçi aktivizmi temel almıştır. #MeToo, #BenDe, #KadınaŞiddeteHayır gibi kampanyalar bu dönemin görünür örnekleri arasında yer alırken; dijital medya yalnızca bir ifade alanı değil, aynı zamanda örgütlenme, dayanışma ve ifşa için de etkili bir araç hâline gelmiştir (Dalaman, 2022: 387). Bu bağlamda Sarah Banet-Weiser, dijitalleşmeyle birlikte gelişen bu dönemi "popüler feminizm" ve "femvertising" kavramlarıyla analiz etmiş; görünürlüğün hem güçlenme aracı hem de yeni bir denetim biçimi olabileceğini ileri sürmüştür (2018: 41-64). Dördüncü dalga, beden politikaları, cinsel şiddet, dijital taciz ve temsil eşitsizliği gibi konuları feminist gündeme taşımıştır. Judith Butler'ın etkisi bu dönemde de devam etmiş; özellikle queer ve non-binary kimliklerin tanınması sürecinde referans alınmıştır.

Bu dört tarihsel dalganın her biri kadın kimliğinin inşasında belirleyici rol oynamıştır. Ancak çağdaş toplumun dijitalleşen, hızlanan ve estetikleşen yapısı, bu dalgalardan farklılaşan yeni bir feminist yaklaşımı gündeme getirmektedir: hipermodern feminizm.

Hipermodern feminizm, hem ikinci dalganın bedeninin politiklığı vurgusunu hem de dördüncü dalganın dijital aktivizm araçlarını birleştirerek yeni bir feminist düşünme biçimi önermektedir. Bu yaklaşım, kadınların dijital görünürlük yoluyla özneleşme potansiyellerini ele alırken, aynı zamanda bu görünürlüğü mümkün kılan estetik, kültürel ve ekonomik normların nasıl içselleştirildiğini de sorgulamaktadır. Judith

Butler'ın toplumsal cinsiyetin tekrarlarla inşa edilen bir performans olduğuna dair kuramı, bu yeni feminizmin hem teorik hem de pratik zemini açısından temel bir referans olmayı sürdürmektedir. Hipermodern feminizmin merkezinde, görünürlüğün yalnızca bir ifade biçimi değil; aynı zamanda daha rafine ve içselleştirilmiş bir denetim aracına dönüştüğü fikri yer almaktadır. Bu dönüşüm, özellikle kadın bedeni ve onun kamusal temsilleri üzerinden okunmaktadır.

Bu bağlamda, Camille Froidevaux-Metterie'nin çalışmaları hipermodern feminizmin kuramsal temel taşlarından birini oluşturmaktadır. *Seins* adlı eserinde, kadın göğsünün yalnızca biyolojik bir unsur değil; aynı zamanda tarihsel olarak ideolojik bir temsil nesnesi olduğunu belirtmektedir (2018a: 42-58). Kadın bedeni, estetik normlar ve kültürel beklentiler yoluyla düzenlenmekte; böylece bireysel öznellik değil, toplumsal uyum hedeflenmektedir. Aynı yıl yayımlanan *Le corps des femmes. La bataille de l'intime* adlı çalışmasında ise Froidevaux-Metterie, kadın bedeninin kamusal görünürlüğünün özgürleştirici değil; daha çok yeni temsil yükleri ve öz-denetim baskıları doğuran bir sürece dönüştüğünü savunmaktadır (2018b: 101-105). Bu analiz, kadınların "bedenlerine sahip çıkma" mücadelesi içinde bile sistemin estetik kodlarıyla uyum sağlamak zorunda kaldıklarını ortaya koymaktadır.

Bu çerçevede, Judith Butler'ın toplumsal cinsiyetin performatif doğasına ilişkin yaklaşımı ile Froidevaux-Metterie'nin bedensel öznellik analizleri arasında güçlü bir kuramsal süreklilik kurulabilmektedir. Butler'a göre toplumsal cinsiyet, doğuştan gelen bir öz değil; tekrar eden toplumsal davranışlar ve söylemler aracılığıyla inşa edilen bir performanstır (1990). Bu performans, hipermodern toplumda dijital temsil biçimleri, estetik kalıplar ve davranışsal beklentilerle daha da katı hâle gelmiştir. Kadın kimliği artık yalnızca ailede ya da iş yerinde değil; sosyal medyada, reklamlarda ve kamusal alanda da sürekli yeniden inşa edilen bir yapıdır. Bu sürekli tekrar, kadının içsel benliği ile dışsal kimliği arasında gerilimli bir alan

yaratmakta; kimlik inşasını kırılgan ve parçalı bir sürece dönüştürmektedir.

Hipermodern feminizm, bu kırılganlığı yalnızca temsil yoluyla değil, aynı zamanda gündelik yaşam pratikleriyle de ele almaktadır. Michel de Certeau'nun (1984) "gündelik yaşam taktikleri" kavramı, bireylerin egemen yapılarla doğrudan çatışmadan; onları gündelik pratikler aracılığıyla yeniden yorumlayarak direniş sergileyebileceğini savunmaktadır. Kadınların kıyafet seçimleri, bedensel sunumları ya da dijital platformlardaki içerik üretimleri, bu sessiz ama etkili direniş biçimlerine örnek oluşturmaktadır. Özellikle hipermodern toplumda bu taktikler, görünüşte sistemle uyumlu görünse de; normların sınırlarını esneten stratejik özneleşme biçimlerine dönüşebilmektedir.

Bu mikro düzeydeki özneleşme biçimlerini anlamak için Nicole Aubert'in "içselleştirilmiş denetim" analizleri temel bir açıklama sunmaktadır. Aubert, bireyin zamanla yarışmak zorunda bırakıldığı bir üretkenlik rejimini tanımlamaktadır. Bu rejim, özellikle kadınları hem üretken hem bakımlı, hem başarılı hem duygusal olarak dengeli olma zorunluluğuna itmektedir (2003: 287-290). Öte yandan Aubert, bireyin dışsal otoritelerden kurtulmuş gibi görünmesine rağmen, içselleştirilmiş normlara göre hareket etmeye zorlandığı vurgulanmaktadır (2006: 34-48). Kadınlar bu süreçte yalnızca estetik değil; duygusal ve sosyal açıdan da "ideal" olma baskısıyla kuşatılmaktadır.

Hipermodern feminizm yalnızca bireysel görünürlük biçimlerini değil; bu görünürlüğün üretildiği dijital yapıları ve sembolik normları da sorgulamayı hedeflemektedir. Sarah Banet-Weiser (2018), bu çifte yapıyı "popüler feminizm" ve "femvertising" kavramlarıyla açıklamaktadır. Ona göre, "kendini sev", "bedenine sahip çık", "güçlü kadın ol" gibi sloganlar, kadınlara özgürleşme çağrısı yapar gibi görünse de; çoğu zaman pazarlama stratejilerinin bir parçası hâline gelerek feminist söylemleri ticarileştirmektedir. Bu durum, kadınların dijital alanda görünürlük kazanırken,

aynı zamanda piyasaya entegre edilmiş performans kalıplarını da içselleştirmelerine yol açmaktadır.

Bu analiz, yalnızca küresel bağlamda değil; Türkiye örneğinde de karşılık bulmaktadır. Özellikle Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu, dijital mecralarda yürüttüğü kampanyalarla yalnızca sembolik değil, aynı zamanda yaşamsal bir mücadele yürütmektedir. 2023 yılında en az 394 kadının erkekler tarafından öldürülmesi ve 259 kadının şüpheli şekilde hayatını kaybetmesi, bu dijital mücadelenin zorunluluğunu ortaya koymaktadır (Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu, 2024). Bu örnek, dijital aktivizmin yalnızca görünürlük değil; aynı zamanda kolektif hafızayı, toplumsal farkındalığı ve politik müdahaleyi mümkün kılan bir alan hâline geldiğini göstermektedir.

Dijital feminizm yalnızca kolektif kampanyalarla değil; aynı zamanda gündelik yaşamda uygulanan bireysel stratejilerle de sürdürülmektedir. Michel de Certeau'nun "gündelik yaşam taktikleri" kuramı, kadınların ataerkil yapılara doğrudan karşı çıkmaksızın, onları esneten ya da yeniden yorumlayan pratiklerle direniş geliştirebileceğini ileri sürer (1984: 29-42). Bu stratejiler; annelik pratiklerinden bedeninin sunumuna, dijital içerik üretiminden estetik tercihlere kadar çok sayıda alanda kendini göstermektedir. Bu noktada Nicole Aubert'in *Les tyrannies de la visibilité* adlı çalışmasında vurguladığı gibi, görünürlük yalnızca temsil edilmek değil; aynı zamanda temsilin gereklerine göre hareket etme baskısını da beraberinde getirmektedir (2011: 54-61).

Bu süreci yerel bağlamda ele alan Şener, Türkiye'deki dijital feminist hareketlerin yalnızca görünürlük üretmekle kalmayıp; mikro düzeyde direniş stratejileri geliştirme potansiyeli taşıdığını vurgulamaktadır. Dijital platformlar, kadınlar için hem dayanışma alanı hem de politik katılım pratiği sunmaktadır (2021: 89-112). Taştan ise çevrimiçi aktivizmin yalnızca bir temsil biçimi değil; aynı zamanda yeni bir kamusal alan yaratma aracı olduğunu öne sürmektedir (2014: 103-120). Bu yeni kamusalılık, kadınların yalnızca izleyici değil; özne

olarak yer aldığı, görünürlükle direnişi birleştirdiği bir zemin oluşturmaktadır.

Dijital teknolojilerin ve sosyal medyanın sunduğu imkânlarla birlikte feminist hareket, yalnızca fiziksel mekânlarda değil, sanal ortamlarda da sesini duyurabilme, protesto gerçekleştirme ve kamuoyu oluşturma becerisi kazanmıştır. Bu bağlamda, dijital aktivizmin sunduğu hız, erişilebilirlik ve ağ temelli örgütlenme biçimleri, hipermodern feminizm olarak tanımlanabilecek, çok katmanlı ve etkileşimli yeni kadın kimliklerinin inşasına olanak sağlamaktadır (Dalaman, 2020, 348). Feminist alternatif medya, dijital feminizmin bir aracı olarak, hem tarihsel feminist taleplerin dijital ortamda yeniden üretilmesini hem de farklı toplumsal kesimlerden kadınların kendi öznel deneyimlerini görünür kılmalarını mümkün kılmaktadır. Türkiye’de dijital feminizmin hipermodern feminizmle kesiştiği noktalar, feminist alternatif medya (FAM) mecralarında somutlaşmaktadır. Çatlak Zemin, 5Harfliler, Reçel Blog, Erktolia, Sen de Anlat ve Kampüs Cadıları gibi platformlar, yalnızca dijital içerik üretmekle kalmayıp, aynı zamanda çok katmanlı kadın kimliklerini görünür kılan, çevrimiçi örgütlenme ve dijital dayanışma biçimleriyle yeni bir feminist kamusal alan inşa etmektedir (Dalaman, 2021:45). Bu mecralar, klasik feminizmin taleplerini dijital çağın ifade biçimleriyle yeniden üretirken; farklı sınıfsal, etnik ve dinsel kimliklerin deneyimlerini de bu alana dahil etmektedir.

Tüm bu tartışmalar göstermektedir ki hipermodern feminizm, yalnızca mağduriyet ya da kolektif başkaldırı üzerine kurulu klasik feminist yaklaşımların ötesine geçerek; bireysel, çoğul ve çelişkili özneleşme biçimlerini anlamaya çalışan bir kuramsal çerçeve sunmaktadır. Kadınlar, dijital çağın sunduğu ifade olanaklarını kullanırken; aynı zamanda bu araçların dayattığı estetik, ekonomik ve davranışsal normlara karşı da bilinçli ve eleştirel bir duruş geliştirmeye yönelmektedir.

Judith Butler’ın toplumsal cinsiyetin performatif doğasına ilişkin kuramı, bu yeni feminist düşünce biçiminin teorik temelini oluşturmaya devam

etmektedir. Butler, toplumsal cinsiyetin doğuştan gelen bir öz değil; toplumsal normların tekrar eden uygulamalarıyla biçimlenen ve her seferinde yeniden kurulan bir performatif süreç olduğunu ileri sürmektedir. Hipermodern feminizm bu kırılğanlığı bir zaaf değil; yeni özneleşme biçimlerinin doğduğu alan olarak kavramsallaştırmaktadır.

Sonuç olarak, hipermodern feminizm yalnızca çağın dijital, neoliberal ve estetikleşmiş yapısına uyum sağlamakla kalmaz; bu yapının içerdiği baskı ve sınırları dönüştürmeye çalışan eleştirel bir feminist zemini de oluşturmaktadır. Sessiz direniş biçimleri, gündelik yaşam stratejileri ve dijital dayanışma yolları aracılığıyla kadınlar hem görünür olmakta hem de bu görünürlüğün anlamını ve sınırlarını yeniden tanımlamaktadır. Bu yönüyle hipermodern feminizm, çağdaş feminist teorinin çoğulcu ve eleştirel damarını canlı tutan, güncel toplumsal gerçekliğe karşı duyarlı bir düşünme biçimi olarak değerlendirilebilir.

7. SONUÇ

Hipermodern toplum, bireysel özgürlük söylemlerini görünürlük, performans ve sürekli yenilenme baskısıyla harmanlayan çelişkili bir yapı üretmektedir. Bu yapı içerisinde kadın kimliği, hem tarihsel toplumsal rollerin kalıntıları hem de çağdaş dünyanın dijital, estetik ve neoliberal normlarıyla eşzamanlı olarak şekillenmektedir. Kadın, kamusal ve dijital alanda daha fazla yer bulmakta; ancak bu görünürlük, bireysel öznellikten çok, içselleştirilmiş normlar aracılığıyla işleyen yeni denetim biçimlerine bağlanmaktadır.

Hipermodern toplum, bireysel özgürlük iddiasını; görünür olma zorunluluğu, performans baskısı ve sürekli kendini yenileme beklentisiyle iç içe geçiren çelişkili bir yapı sunmaktadır. Bu bağlamda kadın kimliği, bir yandan tarihsel rollerin sürekliliğini taşıırken; diğer yandan dijitalleşme, estetikleşme ve neoliberal değerlerle biçimlenen güncel normlara göre yeniden şekillenmektedir. Kamusal alanda artan temsiliyet, çoğu zaman bireysel ifadenin değil; içselleştirilmiş kültürel kodların yön verdiği bir denetim mekanizmasına dönüşmektedir.

Bu çalışma, Nicole Aubert'in içselleştirilmiş denetim mekanizmaları, Gilles Lipovetsky'nin estetik tüketim kültürü, Judith Butler'ın performatif kimlik kuramı ve Camille Froidevaux-Metterie'nin bedensel öznellik anlayışı çerçevesinde kadın kimliğinin hipermodern toplumdaki dönüşümünü kuramsal düzeyde incelemiştir. Kuramsal çözümlemeler, görünürlük, özneleşme ve denetim arasındaki girift ilişkilerin hem bireysel hem de toplumsal düzeyde nasıl işlediğini açığa çıkarmayı mümkün kılmıştır.

Bununla birlikte, Nancy Fraser'ın dikkat çektiği gibi, kültürel tanınma odaklı feminizm, yapısal eşitsizlikleri görünmez kılma riski taşımaktadır (Fraser, 1997). Silvia Federici'nin üretkenlik ve kadın bedeni eksenli eleştirileri, neoliberal düzenin kadın emeği üzerindeki tahakkümünü ve görünmez sömürsünü açığa çıkarmaktadır (Federici, 2004). Angela McRobbie ve bell hooks gibi eleştirel feministler ise görünürlüğün her zaman özgürlük anlamına gelmediğini; aksine medyatik feminizmin, çoğu zaman sistemin arzu ettiği uyumlu ve pazarlanabilir figürleri yeniden ürettiğini hatırlatmaktadır (McRobbie 2009; hooks 2000). Bu çerçevede, hipermodern kadın imgelerinin sınıfsal, kültürel ve etnik olarak oldukça seçici biçimlerde üretildiğine dikkat çekilmelidir.

Ancak bu çalışma, aynı zamanda bu baskı rejimlerine karşı gelişen yeni özneleşme pratiklerine de odaklanmıştır. Özellikle dijital medya, kadınların gündelik yaşamda uyguladığı mikro direnişleri görünür kılmakta; sosyal medya kampanyaları kolektif hafızayı besleyen, dayanışmayı örgütleyen ve politik farkındalık yaratan yeni feminist biçimlere ev sahipliği yapmaktadır. De Certeau'nun "gündelik yaşam taktikleri" kavramı ile Şener'in dijital feminist aktivizm analizleri, bu sessiz ama etkili stratejilerin

kuramsal olarak değerlendirilmesine imkân sunmaktadır (de Certeau, 1984; Şener, 2021).

Bu bağlamda, çalışma "hipermodern feminizm" kavramını kuramsal bir öneri olarak ileri sürmektedir. Bu kavram, klasik feminizmin kolektif protesto ve yapısal eleştiri biçimlerinin yanında; dijital çağın sunduğu araçlar içerisinde gelişen, bireysel ve mikro ölçekte etkili olan özneleşme stratejilerini de kapsayan yeni bir düşünsel çerçeve sunmaktadır. Kadınların görünürlük ve özgürlük arayışı, artık yalnızca patriyarkal düzene değil; aynı zamanda neoliberal piyasa mantığına, dijital gözetim teknolojilerine ve estetik normlara karşı da yeniden konumlanmak zorundadır.

Sonuç olarak, hipermodern toplumda kadın yalnızca geçmişin ataerkil kalıplarına değil; günümüzün çok katmanlı ve çoğu zaman görünmez baskı sistemlerine de maruz kalmaktadır. Ancak aynı zamanda bu sistemleri çözümleyebilecek, yeniden yorumlayabilecek ve dönüştürebilecek feminist stratejiler de geliştirmektedir. Bu çalışma, kadın kimliğinin bu karmaşık zemin üzerindeki oluşumunu kavramsal düzeyde irdeleyerek; hem feminist kurama hem de toplumsal cinsiyet çalışmalarına eleştirel ve güncel bir okuma önerisi sunmayı amaçlamaktadır.

Gelecekteki araştırmalar, dijital feminizmin yerel pratiklerini; kadınların sınıfsal ve kültürel çeşitlilik içindeki deneyimlerini; gündelik yaşamda uyguladıkları direniş biçimlerini ampirik yöntemlerle inceleyerek bu çerçeveyi daha da derinleştirebilir. Böylelikle hipermodern feminizm, yalnızca kavramsal bir öneri olmanın ötesine geçerek; güncel feminist mücadelelerin teoriyle pratik arasında nasıl şekillendiğini anlamaya yönelik daha somut açılımlar sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

- Aktaş, G. (2020). Toplumsal cinsiyet rollerinin televizyon dizilerine yansması üzerine sosyolojik bir değerlendirme. *Sosyolojik Bağlam*, 1(1), 1–10. <https://sosyolojikbaglam.org/wp-content/uploads/2020/12/Aktas2020.pdf>
- Altınay, A. G., & Arat, Y. (2007). *Türkiye’de kadına yönelik şiddet*. İstanbul: Punto Yayınları.
- Arı, İ. (2024). Femvertising reklam stratejisi bağlamında toplumsal cinsiyet kavramı: Elidor reklamlarının göstergebilimsel analizi. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), 669–684. <https://doi.org/10.52122/nisantasisbd.1518489>
- Aubert, N. (2003). *Le culte de l’urgence: La société malade du temps* (s. 74–91). Paris: Flammarion.
- Aubert, N. (Ed.). (2006). *L’individu hypermoderne*. Paris: Éditions Érès
- Aubert, N., & Haroche, C. (2011). *Les tyrannies de la visibilité: Être visible pour exister?* Toulouse: Érès
- Avçılar, E. G. (2022). Sosyal medyada kadın bedeninin idealize edilmesi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Kadın ve Aile Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 445–464.
- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular feminism and popular misogyny*. Durham, NC: Duke University Press.
- Başak, N & Bulut Serin, N. (2021). Toplum Tarafından Kadına Bıçilen Roller ve Toplumsal Cinsiyet Sorunu. Konferans Bildirisi. *İkinci Uluslararası Bilim, Eğitim, Sanat ve Teknoloji Sempozyumu*, 28-29 Mayıs 2021. Erişim Adresi: https://www.researchgate.net/publication/355071588_Toplum_Tarafından_Kadına_Bicilen_Roller_ve_Toplumsal_Cinsiyet_Sorunu_The_Roles_Assigned_to_Women_by_Society_and_the_Problem_of_Gender
- Baudrillard, J. (2017). *Tüketim toplumu: Söylenceleri/yapıları* (N. Tural & F. Keskin, Çev.; 9. baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. (Orijinal eser 1970 yılında yayımlanmıştır)
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Berktaş, F. (2003). *Tarihin cinsiyeti*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Bilgin, R. (2015). Tüketim kültüründe kadın bedeninin cinsel kurgu olarak konumlandırılması ve sunumu. *The Journal of Academic Social Science Studies*, (36), 309–329. <https://doi.org/10.9761/JASSS2956>
- Bora, A. (2004). *Kadınların sınıfı: Ücretli ev emeği ve kadın öznelliğinin inşası*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bordoni, C. (2022). *Post society: Social life after the pandemic*. Cambridge: Polity Press.
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. New York: Routledge.
- Crenshaw, K. (1991). Mapping the margins: Intersectionality, identity politics, and violence against women of color. *Stanford Law Review*, 43(6), 1241–1299. <https://doi.org/10.2307/1229039>
- Çakır, H. (2020). Sosyal medyada bedensel dış görünüm söyleminin kadın bedenini inşası: Sosyolojik bir değerlendirme. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 3(2), 261–272. <https://doi.org/10.47948/efad.791652>
- Dalaman, Z. B. (2020). *Kadın Hareketinde Feminist Alternatif Medyanın Rolü: Türkiye ve Tunus Örnekleri*. İstanbul: Milenyum Yayınları

- Dalaman, Z. B. (2021). Feminist alternatif medyanın yarattığı yeni kadın kimlikleri: Türkiye ve Tunus incelemesi. *Yıldız Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 36–57. <https://doi.org/10.51803/yssr.901742>
- de Beauvoir, S. (1949). *Le deuxième sexe* (Vol. 1–2). Paris: Gallimard.
- de Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life* (S. Rendall, Trans.) Berkeley: University of California Press.
- Demir, H. (2023). Yeni medyada feminist bellek oluşumunda görsel iletişim: Femvertising ve Adidas markası “Support is Everything” reklam örneği. Konferans bildirisi. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/369269726_YENI_MEDYADA_FEMINIST_BELLEK_OLUSUMUNDA_GORSEL_ILETISIM_Femvertising_ve_Adidas_Markasi_Support_is_Everything_Reklam_Ornegi
- Dubet, F. (2002). *Le déclin de l’institution*. Paris: Éditions du Seuil.
- Featherstone, M. (1991). *Consumer culture and postmodernism*. London: Sage Publications.
- Federici, S. (2004). *Caliban and the witch: Women, the body and primitive accumulation*. New York: Autonomedia.
- Firestone, S. (1970). *The dialectic of sex: The case for feminist revolution*. New York: William Morrow and Company.
- Fraser, N. (1997). *Justice interruptus: Critical reflections on the “postsocialist” condition*. New York: Routledge.
- Froidevaux-Metterie, C. (2018a). *Seins: En quête d’une libération* (s. 59–67). Paris: Anamosa.
- Froidevaux-Metterie, C. (2018b). *Le corps des femmes : La bataille de l’intime*. Philosophie Magazine Éditeur.
- Froidevaux-Metterie, C. (2021). *Un corps à soi*. Paris: Éditions du Seuil
- Foucault, M. (1977). *Discipline and punish: The birth of the prison* (A. Sheridan, Trans.). New York: Pantheon Books. (Original work published 1975)
- hooks, b. (2000). *Feminism is for everybody: Passionate politics* (s. 41–50). Cambridge, MA: South End Press.
- Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu. (2024). 2023 yılı kadın cinayetleri raporu. <https://kadincinayetlerininurduracagiz.net/veriler/3088/2023-yillik-veri-raporu>
- Kandiyoti, D. (1988). Bargaining with patriarchy. *Gender & Society*, 2(3), 274–290. Erişim Adresi: https://www.researchgate.net/profile/Deniz-Kandiyoti/publication/240696296_Bargaining_With_Patriarchy/links/5729c2940ae057b0a055589/Bargaining-With-Patriarchy.pdf
- Le Breton, D. (2008). *Anthropologie du corps et modernité* (5e éd.). Paris: Presses Universitaires de France.
- Lipovetsky, G. (1997). *La troisième femme: Permanence et révolution du féminin*. Paris: Gallimard.
- Lipovetsky, G., & Charles, S. (2004). *Les temps hypermodernes*. Paris: Grasset.
- Lipovetsky, G. (2006). *Le bonheur paradoxal: Essai sur la société d’hyperconsommation*. Paris: Gallimard.
- McRobbie, A. (2009). *The aftermath of feminism: Gender, culture and social change*. London: SAGE.
- Mill, J. S. (1869). *The Subjection of Women*. London: Longmans.
- Millett, K. (1970). *Sexual politics*. New York: Doubleday.
- Mohanty, C. T. (1988). Under western eyes: Feminist scholarship and colonial discourses. *Feminist Review*, 30, 61–88.

- Sancar, S. (2012). *Türk modernleşmesinin cinsiyeti: Erkekler devlet, kadınlar aile kurar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Scott, J. W. (1988). *Gender and the politics of history*. New York: Columbia University Press.
- Şener, G. (2021). Digital feminist activism in Turkey. Media@LSE Working Paper No. 67. *London School of Economics and Political Science*. <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/working-paper-series/WP67.pdf>
- Taştan, İ. Ö. (2014). Gezi Eylemlerinin Retoriği Üzerine Bir İlk: Toplumsal Eylem Retoriği Konferansı. *Kültür ve İletişim*, 17(1), 103–120.
- Tekeli, Ş. (Ed.). (1990). *1980'ler Türkiye'sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tong, R. (2009). *Feminist Thought: A More Comprehensive Introduction* (3rd ed.). Boulder: Westview Press.
- Wolf, N. (1991). *The beauty myth: How images of beauty are used against women*. New York: William Morrow and Company.
- Wollstonecraft, M. (1792). *A vindication of the rights of woman: With strictures on political and moral subjects*. London: Joseph Johnson.

To Cite Özmen Akalın, F. A. (2025). Hipermodern Dönemde Kadın: Beden, Kimlik, Tüketim ve Direnişin Sosyolojik Analizi. *Journal of Sustainable of Equity and Social Research (JSESr)*, 2(2), 17-33. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15786365>
