

# Mr Muscle, Kahramanım Benim...



**Prof. Dr. Nüket Örnek Bükten**  
Hacettepe Üniversitesi  
Tıp Fakültesi  
Deontoloji-Tıp Etiği ve Tarihi AD  
bukten@hacettepe.edu.tr

Hayatımız reklamlarla kuşatılmış vaziyette. Televizyon izlerken, gazete okurken, dergi karıştırırken, hatta sokakta yürürken bile anlarca reklama maruz kalıyoruz. Reklamlar artık ürünlerin pazarlandığı araçlar olmaktan çok cinsiyetçi söylemlerin normalleştirildiği, devam ettirildiği ve meşru kılındığı alanlar olarak pıyoz karşımıza. Türk halkının gün içerisinde en çok vakit harcadığı "aktifite"nin televizyon izlemek olduğunu göz önünde bulundurursak, televizyon reklamlarının da bu cinsiyetçi söylemin insanların hayatındaki en önemli araç olduğu söylenebilir. Bu reklamlar çoğu zaman geleneksel kadın-erkek rolleri üzerinden kurgulanıyor, bunu yapmak için de reklamların altyapıları kadın ve erkeğe atfedilen özelliklere vurgu yapıyor.

Mr. Muscle reklamlarını ilk ne zaman televizyonda gördüğümü hatırlıyorum ama reklam benimle birlikte yaşadığı olgunlaşmış gibi geliyor şimdi, üstelik zamanın bir erkeğe reklamdaki temizlik yaptırarak temizlik markasıyla muhtemelen. Ancak herkesin hatırlayacağı gibi reklamın ilk versiyonunda bu erkek zayıf, ince/sıkıca ve kılıbkı görünümlü bir erkekte temizlik işi güç gerektirdiği halde! Bir de kemik çerçeveli gözlüklerin neden bu imajı vermek için özellikle kullanıldığını anlamıyorum. **"Ancak kılıbkı erkekler mutfağı temizler"** mesajından sonra, bu reklama izleyen erkekler, mutfağı iş yapacakları varsa da vazgeçmişlerdir herhalde.

Mr. Muscle maskotunu zaman içinde değiştirdi, yeni maskotu güçlü, süpermen gibi bir adam, bu anlamda daha önce verdiği mesajı değiştirdiğini söyleyebiliriz. Ancak yine de bir detaya dikkat çekmek gerekiyor, yeni Mr. Muscle süpermen gibi bir adam ama gerçek değil, sanal karakter. **Gerçek olmaması, güçlü erkekler mutfağı iş de yapar mesajını ortadan kaldırdığı gibi, böyle bir karakter ancak hayali olabilir diye düşündürürüyor izleyenlere.**

İlk reklamdaki Mr. Muscle'a acıma- mak mümkün değil; sakar, sıkıca, çelimsiz, güçsüz, çaresiz. **Çaresizlikten lavabo temizleyen sinik bir adam, ütöyen saçak gibi duran bir tutunamama halli Yenisinin ise mesajları var, tam bir kahraman. Adalete dışarı taşmış, Amerikan 20. yüzyıl kahramanlarına özgü bir kıyafet giymiş ve kıyafetinin göğsünde kavalı bir M harfi yer alıyor!** Superman'le, Batman'le yan yana koy, fotoğrafını çek, hangisi daha güçlü, ayırt edemezsin. O da diğerleri gibi kendisine ihtiyaç duyulduğu anda pat diye ortaya çıkıveriyor ve yardım elini uzatıyor kadınlara. Engel tanımıyor, korkmuyor, asla geri çekilmiyor, başarılmak alınıyorsa sanki. Buna rağmen Mr Muscle diğer süper kahramanlar kadar popüler değil. Söylemeye dilim varmıyor ama asla da olamayacak. **Uçmaksa o da uçuyor, güçse, kodu mu uturacak kadar güçlü, istediğin anda pat diye karışa çıkıveriyor bu yardım meleği, ama hepsi bu.**

Onun aşamadığı makûs kaderi hep aynı... Batman'le Superman zird orta-pirt burada, dünyayı dolayıp duryorlar. Özellikle de Superman, nerede başı belaya giren biri olsa, önde orman mı var, dağ mı var, okyanus mu var, hiç engel tanımadan yetişiyor. Bununla da bitmiyor iş. Dünyayı yok etmeye kalkılan olaylar; onları da alt edip dünyayı kurtarabiliyor Superman. Misal, biz her şeyden habersiz oturup televizyonun karşısına Ergenekon tartışmalarını izlerken, belki bir göktaşı çarpmak üzeredir dünyaya... Superman gidip yörüngesini değiştirmişti göktaşını. Belki de şu anda psikopat bir bilim adamı, dünyayı havaya uçuracak bir bomba yapmak üzeredir, Superman ensesine çökmişür çoktan... Görürsünüz ya, ruhumuz duymuyor ama neler oluyor!

Ama Mr. Muscle, o cüssesine, o tu-

runcu kahraman kıyafetine, hatta turuncu postmodern gözlüklerine rağmen hak ettiği yeri bir türlü bulamayan şanssız bir kahraman O. Evet, bu nedenle bence esas acınası olan belki de O. Bir süper kahramanın böyle mutfağlarda çürüyüp gitmesine kimin gönlü razi olabilir ki!.. Sanıyorum sorun da mutfağtan kaynaklanıyor, zaten. Mr. Muscle mutfağlardan dışarı çıkmıyor bir türlü. **Hangi mutfağ lavabosu kirleşse, hangi ocağı kahve dökülse, kahramanımız uçuşa geçiyor, konuyor pasaklı mutfağın zeminine.** Diğer süper kahramanlar kötü adamları etkisiz hale getirip dünyayı kurtarıyor, Mr. Muscle habire mutfağ temizliyor, lavaboları kirten arındırıyor... Demek ki kahramanın gücü ve kârizmatik tipi değil, kimi kimden kurtardığı da önemli. Mr. Muscle, sadece mutfağımızın kahramanı, elinde bezle ev kadınlara yardım etmekten başka işi olmayan bir süper kahramanın erkek egemen toplumlar tarafından dışlandırdığı dair feministe bir komplot teorisi de geliştirebilirim ama ben sizlerin görüşlerini merak ediyorum ve bekliyorum...

## Gelen Yorumlar...

### Birinci yorumcu

Elime sağlık çok güzel bir metin olmuş. Zevkle okudum. Söylediklerine katılıyorum. Bunun yanında bu süper turuncu kahramanla ilgili ben de bir şey diyeceğim. Şimdi bu süper kişi neden er kişi de bir kadın değil. Mutfak kadınlarıdır herkes ve daha çok da erkekler tarafından kadınlara zımmetlenmiş bir yer değil mi? Neden oradaki sorunların çözümünü bir süper kadın sağlıyor. Yani şu mu demek isteniyor? Kadınlara ya da kadın gibi adamlar kendi küçücük dünyalarında sefil sefil yaşarken bir sorun olursa erkek ve kahraman ve güçlü ve kusursuz olan gelir ve halleder. Bütün o kadınlara, adam müsveteleri ancak günü kurtarabilirler. Evet, neden bir süper kadın yok. Ya da daha temelden başka sorular sorayım, niçin o mutfağ neden ama aslında dünyanın en keyif veren şeylerini ürettiğimiz yerde bizimize mutfağda günlük hayatta sadece kılıbkı bir adam çirkin güçsüz ve sıkıla olan o adam olabilir sadece. Süper turuncu erkek kahraman sadece sorunları çözmek için gelir sonra da gider.

### İkinci Yorumcu

Reklamdaki oynayan adamın hiç bir seksapalitesi yok. Acaba mutfak temizliğini yapsa böyle ciliz böyle gariban biri mi yapabilir demektir. Yoksa ben mi abartıyorum. Ya da toplumun aslında güzel çirkin demeden bütün kadınlara verilen temizlik görevinin en erkeksi görünmeyen erkeğin bile daha bilinçli tercihlerle kadınlardan daha iyi yapacağı mı söylenmek istiyor.

### Üçüncü Yorumcu

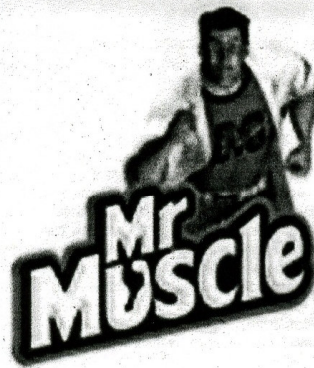
Reklamdaki erkeklerin de temizlik yapabileceğine dair bir gönderme var iken dikkat çeken yan şudur. Bu erkek çelimsiz toplumun görününde kılıbkı diyeceği türdendir. Dolayısıyla aynı zamanda şunu da vermektedir. Evet, erkekler ev temizliği yapar fakat böyle erkekler yapar. Aynı zamanda reklamdaki erkek gücü imgesi de vardır.

### Dördüncü Yorumcu

Ben bu reklâmı anımsıyorum. Sonra yazdıklarınızı okuyunca reklâmın ilk versiyonundaki o sıkıca adımı da anımsadım ve o reklâmı hiç çekici bulmadığımı anımsadım. Bende ne zavallı bir erkek, acaba bunu beğenen kadın var mıdır düşüncesini uyanı. Ama bu onun temizlik yaptığı için değil beklediğim bence olması gereken bir dış görünüşe sahip olmadığı için. Bu anlamda ben aslında pek de bu reklâmlara göre değilim. Çünkü erkekteki fiziksel güzellik benim için önemli gibi duruyor ki bu da bir erkek için

asıryı kaçmayan ancak belli de olan bir kas yapısı olmalı... Güzellik beni çekiyor. Bu anlamda evrimin sanki alt basamaklarında kalmış gibiyim. Ama ahlakla ilgili bir işim ve birikimim olduğu için de ahh zavallı insanlar diyorum, işte kimse eşit değil, kimisi boy fakir, kimisi kas, kimi güzel, kiği çirkin... Aslında bu adaletsizliğinde en temel doğuştan gelen yönü aslında... Onların da belki iyi bir kalpleri vardır diye de zaman zaman tanımadığım bu gibi insanlara acımakla imtiyaz vermek arasında duygularım oluyor. İşte bu ilk Mr. Muscle'da bende bu duyguların uyardırıyor.

Şimdi ikinciye gelelim, bu ise hiç inandırıcı değil ve size tamamen katılıyorum, gerçek değil, sanal! Zaten kadınlara da bunu böyle düşünüyorlar: "gerçek değil ancak bir çizgi kahraman böyle olabilir". Düşündüm de bazı buluş reklamlarına canlı erkekler kullanıyorlar, sanırım prill reklâmıydı. Bu da bana inandırıcı gelmiyordu. Aslında bu bir birikim işi yani bizler ya da ben de reklamlarda iş yapan erkeği görsək bile bun gönlük yaşamımızda görmedikçe onun inandırıcılık yönü pek olmayacak... Bu açıdan da değerlendirsek Mr. Muscle reklâmı bu anlamda çok başarılı... Çünkü bize hem bakın erkekler birer kahraman mesajı verirken ancak sanal olanlar mutfağı girer ve sizin "yardımcınız" olur diyor. Yoksa aklı başında bir erkeğin mutfağta işi ne aslında diyor. Aslında doğruyu söylemek gerekirse ben bu reklâmın ne ik ne de son biçimini hiç sevmedim, beğenmedim. Uydu-ruk geldi, inandırıcı gelmedi, sevsiz geldi ve de beni itti.



### Beşinci Yorumcu

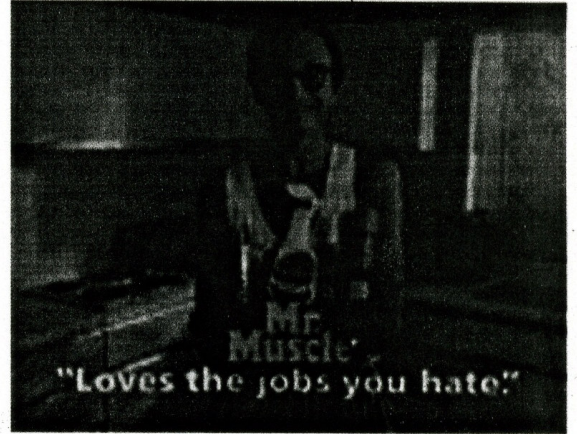
Merhaba Hocam,

Bence reklâmı bir erkeğ kullanmalarının bir sebebi de markanın adı olabilir. Çünkü erkeklerin daha kaslı olmaları dolaylı erkek figürü kullanılmıştır diye düşünüyorum ama soyut bir karakter kullanmaları gerçekten düşündürücü...

### Altıncı Yorumcu

Mr. Muscle, Bay Vernel, Ayşe Teyze

Reklâm sektörü kadınların cinsiyet ayrımcılığına en çok maruz kaldığı alanların başında geliyor. Ev işleri dışında bir dünyayı olamayacağına peşinen hükmeden kadınlar "evleri, kendileri, kocaları, çocukları temiz olsun, temiz kolsun, tekkesiz kıyafetlerle ısladın" yaklaşımıyla, en çok zaman geçirirdikleri ve en az oldukları var sayılan uz ama, yani "Ev İşleri Kararlıklar Prensipli"ne şanay ve reklamcılık sektörü tarafından uzatılan sihirli halatlarla adeta "kurtarıyorlar." Elbette bu noktada sizin de yazınızda değindiğiniz kurtarıcı profilleri çok önemli. İlk Mr. Muscle figürü antisosyal görünümü, erkeklerin rekabetçi dünyasına kadine fazla yer bulamayacak, sanki kendi çaresizliğini "çaresiz" kadınların dertlerine çare olarak unutabilecek "ezik"



bir figür. Amerikalıların "looser" dedikleri türden bir karakter. Zaman içinde evrim geçiren ve sonunda "sanal bir süper kahraman" dönüşen nihai Mr. Muscle figürü ise sizin de ayrıntılarıyla belirttiğiniz gibi ilk Mr. Muscle'dan farklı bir erkek. Ancak kanımca ikisinin ortak bir noktası var. İkisi de "cinsel anlamda" etkin figürler olarak görünmüyorlar, dolayısıyla atırlı bakış açısıyla evin erkeği ev dışındayken ve evin kadını evinde ev işleriyle hasır neşiriken Mr. Muscle'in evde olması bu anlamda bir tehdit yaratıyor gibi görünüyor. Her iki Mr. Muscle da flörtöz olmaktan gayet uzak, iş odaklı tipler! Gözleri lavabodan başka bir şey görmeyen, kadınlara yan gözle bakmaya "erkekleri" Bu anlamda postmodern haremağalısına benzeliyorum ben her ikisini de.

Oysa vaktiyle bir çamaşır yumuşatıcısının reklamlarında Mehmet Aslanoğlu'nun canlandırıldığı bir karakter vardı. Rüzgârda havaice savrulan çamaşırın evin kadınıyla birlikte dokunana, en beklenmedik anlarda ev kadının sağında solda bitiren, sık giyimli, yumuşak sesli, konuşmaya-iletişime hevesli, kibar, ama hareketleri öngörülemez bir erkek karakteri. İşte masa başında, evde TV başında ömrünü tüketmekte olan, az konuşan klasik erkek prototipinden farklı bir "gönlük çelen" yanı!

Mr. Muscle'dan farklı olarak lavabo açmak gibi pis işlerle uğraşmayan, kendisi de bu işten keyif aldığı için kadınlara "yumuşatıcı" sunan bir "kazanova"! Ve elbette iradelerinin bu çekişi adam ve onun pazarladığı yumuşatıcı karşısında un ufak olacağına inanılan kadınlara!!!

Bir de Ayşe Teyze fenomeni var tabii ki. Ayşe Anne değil, Ayşe Teysel Büyük olasılıkla hiç evlenmemiş, çocuk çocucağı karışmamış, cinselliği bastırılmış görünümü, hep tayyörler giyen, çantasında çamaşır suyuyla gezen, olur olmaz durumlarda bu çamaşır suyuyla özellikle çocuklu kadınlara yardımına koşan, "cool", hatta hafif "psikopat" bir kadın. Kadınların bir taraftan hayranlık duydukları, ama bir taraftan da "Oh iyi ki evlenip çocuk çocucağı karışmamış da böyle çantasında çamaşır suyuyla gezen bir meczup olmamışım" diye şükrettikleri bir tipti!

Ataerik bakış açısı reklâmlarda egemen olduğu sürece, daha birçok kuşağın zihni böyle reklâm karakterleriyle bulanacak gibi görünüyor!

### Yedinci Yorumcu

Canım, bir reklâmın bu kadar derin bir konu olup üzerine feministe görüşler döneceği hiç aklıma gelmemişti. Ben ki televizyon seyredene bir insanım, bu reklâmı hiç benim düşündüğüm gibi sorgulamadım, birçok kişinin de sorguladığını sanıyorum. Ancak benim görüşüme göre, ince, pisrik,

salak derecesinde kendine güvensiz bir erkekte ise, kaslı ve gösterişli bir erkek reklâmı daha ilgi çekici hale getirmiş. Her kadın yanında güçlü, her engeli aşabilecek, kendine özgüvenli olan, her ihtiyaç duyulduğunda yanına görmek isteyeceği tipti; bence Süpermen kılıklı olanı. Bunun kadınla aşşışılama ile ilgili var. Gerçek hayatta arayışta bulamadığımız özellikleri taşıyan erkek tiplerinin benim anlamda dünyada canlandırılmasının benim açıldım hiç sakıncası yok. Hatta beni mutlu bile eder. Çünkü çoğunlukla yanımızda bulunan erkekler zoru görürüklerinde bizi İten tipler değil mi? Zaten yanımızda bunlar varken sanal da barlı farklı olsun!))

## Yapılan Yorumların Değerlendirilmesi

Temizlik malzemeleri reklâmlarında temizlik eyleminden bu anlamda kadınların olmaları toplumsal cinsiyet açısından da toplumda beklenidik bir durumdur. Bu kadınlar sayesinde buluşklar pırl pırl parlar, çamaşır tertemiz olur, evler komşu kadının da kiskanacağı şekilde her zaman mis gibi kokar...

Temizliği yapan kadın kullandığı malzemenin dolaylı memnun, mutludur. Yapıldığı iş ne olursa olsun her adam ve bakımlıdır, kelebekler gibi uçamaz ve kuşlar gibi şakıyarak ev işlerini keyifle yapmaktadır... Üstelik temizlik gücüyle her zaman yardımına koşacak bir "kahraman" da vardır, daha ne olsun... Toplumsal cinsiyetçi rollerin nesilden nesile aktarılmasında bundan daha iyi bir araç olabilir mi?

Altıncı yorumcunun dile getirdiği Ayşe Teyze fenomenini de gözden irak tutmamak gerekir elbette.

Çok güzel anlatmış yorumcu; "hiç evlenmemiş, çocuk çocucağı karışmamış, cinselliği bastırılmış görünümü, hep tayyörler giyen, çantasında çamaşır suyuyla gezen, olur olmaz durumlarda bu çamaşır suyuyla özellikle çocuklu kadınlara yardımına koşan, "cool", hatta hafif "psikopat" bir kadın. Kadınların bir taraftan hayranlık duydukları, ama bir taraftan da "Oh iyi ki evlenip çocuk çocucağı karışmamış da böyle çantasında çamaşır suyuyla gezen bir meczup olmamışım" diye şükrettikleri bir tipti!

Erkeklerin temizlik işinde "yardımcı" değil ama "aktif" olarak yer almaları için ise "erkek olma" niteliklerini kaybetmiş ve erkekler tarafından "looser" olarak kabul edilmiş karakterler olması uygun görülmiştir.

Bu karakter görüldüğü üzere kadın işi olarak verilen işleri yaptığı halde, kadınlar tarafından sevilmekte, onaylanamakta, beğenilmektedir... Ne çelışı. Onun yardımına da tıpkı kadınlarda olduğu gibi süper kahraman erkekler koştak tadir ama sanal karakterler olarak...

Medya çoğu zaman farkında bile olmadığını ne çok cinsiyetçi tutum reklâmı yapmaktadır meğerse... Hangisi hangisinin amacı hangisi araç insan karıştırıyor doğrusu. Uyanık olmak ve reklâm sektöründe daha çok sayıya bak konulara duyarlı kişilerin var olmasını sağlamak lazımdır...