



İnsan, görüntüsünde değişiklik yapmak için binlerce yıldır boyanıyor. Bunun için, önceleri çok ilkel yöntemler ve gereçler kullanırken, zamanla bu iş bir endüstriye dönüştü, doğal maddeler yerlerini yapaylarına bıraktı. Birçok toplum için boyanmanın ifade ettiği şey farklı. Kimileri için dinsel bir araç, kimileri için savaşma gücü, kimileri için de yalnızca cinsel çekicilikte yardımcı. Neden boyandığımızın yanıtları, modern dünyadaysa çok çeşitli gibi görünmekle birlikte, aslında birbirine çok yakın. Yanıt ne olursa olsun, binlerce yıldır yüzümüzü ve vücudumuzu boyamak sıkı sıkıya sarıldığımız bir uğraş ve görünen o ki, vazgeçmeye de pek niyetli değiliz.

BİR ELİMİZDE CİMBİZ BİR ELİMİZDE AYNA...

NEDEN BOYANIYORUZ?

Makyaj ya da kozmetik adını almadan çok önceleri, insanların yüzlerini çeşitli renklere boyamalarına yüz yazmacılığı deniyordu. Adından da anlaşılacağı gibi insanlar bunu, tanrılara ya da diğer insanlara bir şeyler anlatmak için kullanıyorlardı. Kimi, tanrılara olan bağlılığını, kimi de hangi sosyal grubun bir üyesi olduğunu en kolay biçimde, yüzünü, ellerini, ayaklarını

ya da vücudunu boyayarak ifade ediyordu.

Kızılderililer'den Afrika'daki birçok kabileye ve Uzak Doğu'dan Anadolu'da yaşayan toplumlara kadar önemli geleneklerden biri olan boyanma, günümüze gelene dek birçok başka anlam kazanmış. Ancak, asla boyanmaktan vazgeçilmemiş. Peki ama, nereden çıkmış bu boyanma, ilk kim akıl

etmiş, nasıl olmuş da bugünlere gelebilmiş?

Boyanmanın her ne kadar modern insanın bir eylemi olduğu iddia edilse de antropologlar bu konuda yeni kuramlar geliştiriyorlar. Geçtiğimiz günlerde Güney Afrika kıyılarındaki Blombos Mağarası'nda denizin 30 metre altında boyanmış kaya parçaları bulundu. "Ee, ne var bunda?" diyebi-

lirsiniz. Şaşırtıcı olan şey, bunların 77.000 yıl önce atalarımızca boyanmış olması. Bilim çevrelerinde yüzeyleri aşiboyasıyla (minerallerdeki pigmetlerden elde edilen bir tür boya) kırmızıya boyanmış bu taşların, kültür ve sanatın başlangıcı olup olmadığı tartışılardursun, bir grup bilimadamı da bu boyadan yola çıkarak insanın boyanmasıyla ilgili birtakım kuramlar geliştiriyor.

50.000 yıl önce kültürel bir devrim yaşadığımızla ilgili önemli bulgulara ve duvar resimlerine daha önce rastlanmıştı. Ancak bu son buluntular kültürel miladı daha da gerilere taşıyor. Bu buluntular üzerinden modellemeye giden ve bir kuram oluşturan bilimadamları, kültürel gelişimimizin toplumsal gelişimimizle birlikte yürüdüğü tezinden yola çıkıyorlar.

6 milyon yıl süren hominid evrimi sırasında, beynin üç misli büyüdüğünü söyleyen bu kuramın savunucuları, bu durumda enerji açısından daha zengin, yavrular için de daha uzun bir beslenme dönemine ve yeni beslenme, daha doğrusu avlanma stratejilerine gerek duyulduğunu belirtiyorlar. Özellikle yavrularıyla ilgilenmek zorunda olan kadınlar, yiyecek için avlanma konusunda erkeklerin yardımına gerek duymuşlar.

Bu kuramı ortaya atan bilimadamları, erkekleri yardım etmeye ikna eden şeyi bulabilmek için bir bilgisayar modellemesi geliştirmişler. Modelde, kadının doğurdukça hem yavrusuna bakmasının hem de avlanmasının zorlaştığı, bunun da yeniden üremenin maliyetini yükselttiği gösteriliyor. Bu nedenle de kadınlar daha az çocuk doğurmak istiyorlar. Ancak bunu



başarmak o kadar da kolay değil. Yine de hem olabildiğince çok yavrunun babası olmak isteyen, hem de onların yetiştirilmesine katkıda bulunmak istemeyen erkekleri, yardıma ikna etmenin en etkili yolunun, yardıma yanaşmayanları bir şekilde cezalandırmak olduğunu keşfetmiş kadınlar. Bunun için öncelikle sıkı bir örgütlenmeye gitmişler ve kendileriyle birlikte olmanın ancak, onlara yiyecek getirir-

lerse olası olduğunun işaretlerini vermişler. İşte tam bu noktada kırmızı boya tarih sahnesindeki yerini almış.

Atalarımız, kadının üreme döngüsüyle ilgili birtakım saptamalarda bulunmuştu. Fi-

ziksel olarak kadından daha güçlü olan erkek, menstrüasyon dönemindeki kadının en üretken dönemine yaklaşıp yaklaşmakta olduğunu anlamıştı. Elbette bu durum üreme isteğinde olan erkek için bir işaretti. Ancak menstrüasyon dönemindeki kadın doğurganlık sinyalleri verdiğinden her zaman diğer kadınlar için bir tehdit oluştuyordu. Bu nedenle kadınlar, üreme dönemlerini senkronize ettiler ve böylece erkeklerin doğurgan kadına hizmet etmelerini sağlamış oldular. Ne var ki erkekler daha güçlüydü ve tekeşliliktense, doğurgan olan birden çok kadınla birlikte olmak istiyorlardı. Elbette kadınlar bu durumdan hoşnut değillerdi ve kadın koalisyonu bu noktada devreye girdi. Koalisyon, erkeklerle toplu pazarlık yoluna gitti: Yiyecek yoksa, cinsel birliktelik de yok!

Menstrüasyon dönemlerini ayın döngüsüne göre senkronize eden kadınlarla erkekler arasında yapılan bu toplu pazarlığa göre, dolunay boyunca erkekler avlanacaklar ve yiyecek getirirlerse ayın karanlık olduğu dönem-

de de kadınlarla birlikte olabileceklerdi. Bir süre sonra kadınlar, menstrüasyon dönemlerini senkronize etmekle uğraşmanın gereksiz olduğunu anladılar. Bir hayvanın kanıyla ya da kırmızı aşiboyasıyla kendilerini boyayarak menstrüasyon döneminde oldukları izlenimi yaratıp erkekleri kandırmaları pek de zor olmadı. Kurama göre, sosyal grup dinamiklerinin de etkisiyle boyanmak sembolik kültürün bir parçası haline geldi. Kadınlar boyanmanın gücünü anlamışlardı; zamanla dudaklarını ve yüzlerini de boyamaya başladılar.

Her ne kadar zamanı binlerce yıl geriye çevirip, atalarımızın nasıl davrandıklarını gözlemleme şansımız olmasa da kimi güncel örneklerde de benzer şeylere rastlıyoruz. Orta Afrika'da geleneksel toplumlardaki dinsel törenlerin kökenlerini araştıran, Londra'daki University College'dan





Camilla Power, aynı stratejilerin günümüzde de sürdürüldüğünü söylüyor. Örneğin, bir genç kızın ergenlik töreninde erkeklerle verilen mesaj açık: Gidin, avlanın ve sonra bizi görmeye gelin!

Elbette ki herkes bu fikri kabul etmiş değil, ancak birçok antropolog bu kuramı ciddiye almaya başladı. Bununla birlikte araştırmayı yapan bilim adamları "kozmetik insan kültürünün köklerinden biri mi?" sorusuna hayır yanıtını veriyor.

Ayna Ayna Söyle Bana

Blombos Mağarası'nda bulunanların insanların boyanmaya gerçekten bu şekilde mi başladıklarının kanıtı olup olmadığını henüz tam bilemiyoruz. Ancak, boyanmanın ya da süslenmenin, çok eski dönemlerde de kadınlar ve erkekler arasında çok yaygın olduğunu biliyoruz. Kozmetik sözcüğü Yunanca düzen anlamına gelen "cosmos" sözcüğünden türetilmiş. Sınıldığının aksine, geleneksel kültürlerde kozmetik hiçbir zaman gereksiz bir süs olarak görülüyordu. Kozmetik daha çok, toplumsal ilişkileri düzenlemede kullanılıyordu. Kozmetiğin cinsel sinyaller verme amacıyla kullanılsa tümüyle modern dünyanın bir keşfi.

Eski Mısır'da kadınlar el ve ayaklarını kınayla, dudaklarını maviye, gözlerini yeşile, yanaklarını kırmızıya ve göğüslerini de mavi ve altın rengine

boyuyorlardı. Kadınlarda olduğu kadar erkeklerde de boyanma yaygındı. Mısır'dan çıkan bu akım, kısa sürede Eski Yunan'ı ve Roma'yı da sarmıştı. İnsanlar çeşitli mineraller yardımıyla yüzlerini ve vücutlarını boyarlarken, güzel kokulu yağlarla banyo yapmayı da ihmal etmiyorlardı. O dönemlerin modası, tebeşirle ya da üstübeçle boyatılmış alın ve kollar, kömür ya da toz antimonla boyanmış kaşlar ve gözkapaklarıyla, şarap tortusu ya da aşıboyasıyla kırmızıya boyanmış dudak ve yanaklardı. Gerçekte günümüzde de kullanılan birçok şey o dönemlerden kalmış; yalnızca kimilerinin adı değişmiş. Örneğin, o dönemlerde kullanılan dudak boyası, rastık, sürme, alık, düzgün, far gibi malzemeler günümüzde de kullanılıyor; ancak hazırlanışları maddeler ve elde edilme biçimleri farklı. Artık, hiçkimse yüzünü boyatmak için Eski Yunanlılar ve Romalılar gibi sarı zırnık çiğnemiyor; bunun için pudra kullanmak yeterli.

Bu boya maddelerinin yanı sıra,



Doğu'da kınanın yeri hep ayrı olmuş, günümüze kadar fazla bir değişikliğe uğramadan gelmiş. Kınanın Neolitik dönemde Çatalhöyük'te yaşayan insanlarca kullanıldığına dair önemli bulgular olduğunu söylüyor bilimadamları. Özellikle Orta Doğu'da yaşayan eski uygarlıklarda kına, inanç sistemlerinin ve adanmışlığın en önemli simgelerinden biriydi. Babilliler, Asurlular, Sümerler, Sami halkı ve Ugarit kentinde yaşayanlar arasında kına çok yaygındı.

Gerçekte kınanın o dönemlerde de tıpkı şimdiki gibi, yeni gelinler ve kadınlarca kullanıldığı, kına gecesi adedinin o dönemlerden kaldığı, Batı Suriye'de bulunan ve MÖ 2100 yıllarına ait olduğu düşünülen tabletlerdeki eşanelerden anlaşılıyor. Efsanedeki doğurganlık ve savaş tanrıçası Anat, savaşta önce ellerini kınayla süslerken, gelinler de evliliğe hazırlık için aynı şeyi yapıyorlardı. Daha sonraları bu gelenek Akdeniz'in doğu kıyılarına kadar geldi ve burada da kadınların tören süsü olarak başköşedeki yerini aldı. İslamiyet'le birlikte, iyice yaygınlık kazanan kına, İspanya'ya kadar gitti. İspanyol Engizisyonu'nca yasaklanana kadar İspanyol kadınları da kınayla süslandiler.

Kınanın en karmaşık şekilli ve en sık uygulamalarıysa MS 900-1550 yılları arasında İran, Anadolu ve Irak'ta görülmüş ve minyatürlere konu olmuş. Günümüzdeyse, yalnızca Müslümanlar arasında değil, Hindular, Bu-

distler, hatta Ermenistan ve Etiyopya gibi ülkelerde Hristiyanlar arasında da kına kullanmak çok yaygın.

Kınayla birlikte dövme de çeşitli toplumlarda benzer anlamlara geliyordu. İlk örnekleri MÖ 4000'li yıllara kadar uzanan dövme, farklı toplumsal sınıf ve dinleri belirtmek amacıyla kullanılıyordu. Eski Mısır'dan Amerika'ya kadar birçok toplumda dövme yaptırmak çok yaygındı. Kimi toplumlardaysa zaman zaman yasaklanmış, zaman zaman da tutsak ya da kölelere yapılmıştı. Birkaç yüzyıl boyunca unutulmuş ya da kötü şeyleri sembolize etmekte kullanılan dövmenin yeniden canlanması, Avrupalı denizcilerin 18. yüzyılda çıktıkları seferlerden, Uzak Doğu ve Pasifik halklarının dövmeleriyle dönmeleri sayesinde. Günümüzde dövme hâlâ kimi yerlerde belli bir sınıfa ya da topluluğa ait olmanın simgesi durumunda. Bunun en güzel örneklerini de Japonya'da Yakuzalar ve Anadolu'dan Hindistan'a kadar çeşitli mezhep ve tarikatlere dahil olanlarla belki de sokak çeteleri üyeleri oluşturuyor.

Ahh, Avrupa!

Güzel kokuların, çeşitli boyaaların Doğu'dan Batı'ya gelmeleriyle benimsenmeleri bir olmuştu. Ancak asıl atılım, alkol bazlı parfümlerin 13. yüzyılda Haçlılar tarafından Avrupa'ya getirilmesiyle yaşandı. Bu döneme kadar Avrupa'da unutulmuş parfüm ve kozmetik kullanımı, Haçlı seferlerine katılan askerlerin beraberlerinde getirdikleri parfümlerle yeniden canlandı. Özellikle aristokrasinin ilgisi büyük oldu; soylulara hizmet için kozmetik malzemeler yapanlar var güçleriyle çalışmaya başladılar. Ancak bu modanın tüm Avrupa'yı kasıp kavurmasında en büyük pay, 1559'da İngiltere tahtına çıkan Kraliçe Elizabeth oldu. Elizabeth tahta çıktığında henüz 25 yaşındaydı ve devlet sorunları peşinde koşarken gençliğini, güzelliğini yitirmeye hiç de niyetli değildi. Kraliçelerinin o dönemde İtalyan modasını benimsemesiyle tüm İngiliz kadınları arasında bir furya başladı. İngilizler için geçiş yumuşak olmuştu; İtalyanlar kadar ağır makyaj yapmıyorlar, dişlerini de onlar gibi açık renk bir boya ile boyamıyorlardı. Ancak zaman



geçtikçe Elizabeth ölçüyü kaçırmış, yaşlandıkça daha çok boyanmaya, boyandıkça da daha yaşlı görünmeye başlamıştı. Bunun en önemli nedenlerinden biri, kozmetik ürünlerinde kullanılan birçok maddenin aslında cilde ve dişlere zararlı olmasıydı. Örneğin, yüzyıllar boyunca yüz beyazlatıcı olarak kullanılan karbonat, hidroksit ve kurşun oksit içeren maddeler, her kullanışta vücutta birikip, kasları felce uğrattı ve hatta ölüme bile neden olabiliyordu. 19. yüzyılda bu öldürücü karışımların yerine yüz pudralarında çinko oksit kullanılmaya başlandı. Ancak, diğer kozmetik ürünlerinde de zararlı bileşikler kullanılıyordu. Göz çevresini boyamak için kurşun ve antimon kükürt, dudaklar için cıvalı kükürt, gözlere parlaklık vermek için de güzelavrat otu ve öldürücü köpek üzümü kullanmak oldukça yaygındı ve açıkçası bunların zararlı etkileri



pek de kimsenin umurunda değildi.

Umurlarında olan tek şey beyaz tenlerini güneşten korumaktı. Bunun için yumurta akından ve birtakım karışımlardan maskeler yapıp yüzlerine sürüyorlardı. Maskeden hoşlanmayanlarsa, yüzlerini kendi idrarlarıyla, şaraplı suyla ya da içinde kaynatılmış fasulye bulunan suyla yıkamayı tercih ediyorlardı.

Estetik ve sağlık yönü bir tarafa, bu durumun elbette ekonomiye de etkileri olmuştur. 16. yüzyılın başlarında pek de kullanılmayan ayna, Elizabeth'le birlikte evrensel bir gereksinim haline geldi ve bir anda ayna satışlarında patlama yaşandı. Artık hem kadınlar hem de erkekler sudaki yansımalarıyla yetinemeyecek kadar süslerine düşkün olmuşlardı.

Elizabeth yalnızca yüz boyama konusunda değil, saçlara getirdiği yenilikle de bir devrim yapmıştı. Kraliçenin kızıl saçları diğer kadınlar arasında da moda olmuş, onlar da kraliçeleri gibi, saçlarını bukle bukle yapıp bir tür kızcılık yardımıyla kızılaştırmaya çalışıyorlardı. Kızıl dışında, tüm zamanların en favori rengi olan altın sarısı o dönemde de modaydı elbette ve bu rengi elde etmek isteyenlerin kullandığı malzeme de bal suyuydu.

Kafasını teninin beyazlığına takan Elizabeth'in bir başka çılgınlığı da, tüm dikkatleri ten rengine çekmek için, saçlarının üzerinden alnına doğru yapay damarlar çizmesiydi. Elizabeth'in çılgınlıkları bir yana, işe biraz da iyi tarafından bakmak gerekirse, farkında olmadan kadınlara yaptığı bir iyilikten de söz etmek gerekir. 16. yüzyılın başlarında saçlarını birtakım

kumaşlarla saran kadınların saç temizliklerine özen gösterdikleri pek söylenemezdi. Elizabeth'in saçları açık bırakma modası sayesinde, kadınlar da saçlarını sık sık yıkamak zorunda kaldılar. Elbette ki iş, yalnızca saç yıkamakla bitmiyordu; vücutlarını yıkamaktan pek hoşlanmadıkları için, hem erkekler hem de kadınlar arasında parfüm kullanımı iyice yaygınlaşmıştı.

Ne var ki 19. yüzyıla gelinceye kadar parfüm üretimi bir servete mal oluyordu. Birkaç damla güzel koku elde edebilmek için, aroma barındıran doğal ürünlerden çok büyük miktarlara ve bunların elde edilmesi için de çok sayıda işgücüne gereksinim duyuluyordu. 19. yüzyılda yeni kimyasal işlemler ve yapay bileşikler, bu doğa katilamını bir parça olsun önlemeye yaradı.

20. yüzyıla kadar, hep küçük atölyelerde ve küçük miktarlarda üretilen kozmetik ürünleri, yüzyılın başlarında bir endüstri olma yolunda ilk sinyallerini vermeye başladı. 1910-1950 arası kadınların, egzersiz ve diyet yapıp, kozmetik ve saç bakım ürünleri kullanmanın onları daha güzel ve çekici kılacağı konusunda bilinçlendirilmeleri, daha doğrusu koşullandırılmalarıyla geçti. Bu güzellik yardımcılarının kullanımının artmasındaki tetikleyici güçse, elbette sinema oldu. Film dünyasının ilk yıldızlarından Theda Bara'nın beyaz perdede görüldüğünde yarattığı büyüleyici etkinin altında, kullandığı Helena Rubinstein marka rimel ve pudra yatıyordu. Sinemada ve daha sonraları da televizyonda, oyuncuların izleyiciler üzerinde istenilen etkiyi yaratmaların-



da en büyük silahın kozmetik ürünleri olduğunun keşfedilmesi fazla uzun sürmedi. Bu da kozmetik endüstrisinin atığa kalkmasında en önemli itici güç oldu.

Garip ama gerçek bir başka etkense, I. Dünya Savaşıydı. 1910'lu yılların

sonunda Avrupa ve Amerika'da erkeklerin pek ortalarda görünmemeleri, kadınların çalışma yaşamına girip, ekonomik bağımsızlıklarını elde etmelerini sağladı. Hangi iş kolunda olursa olsun, çalışan kadın kendisine bakmaya ve makyaj yapmaya başladı.

1920'lerde ekonomideki değişiklikler kozmetiğe de yansdı. Ucuz mal satan mağaza zincirlerinin açılmasıyla kozmetik ürünlerine ulaşmak daha kolay hale geldi. Bilim de bu gelişmelere katkıda bulunuyordu elbette. 1927'de geliştirilen kimyasal bir yöntemle, saçlarda geçici dalga oluşturmak, yeni bir modayı ve yeni ürünlerin piyasaya sürülmesini sağladı.

1930'lara girerken akça pakça güzellik ve beyaz ten modası, yerini

bronz ten modasına bıraktı. II. Dünya Savaşı yıllarında ekonomik durgunluk nedeniyle ellerindeki malları satamayan üretici firmalar, stoklarını eritebilmek için bacak makyajı diye bir yenilik icat ettiler. Stok fazlası bronzlaştırıcı kremleri, bacaklarda kullanarak tüketmeyi başaran endüstri, böylece ilk defa beğenilerimizi de kendi istekleri doğrultusunda yönlendirebileceğini görmüş oldu.

1950'lerde televizyonun yükselişi, radyolarda yayınlanan ve sabun firmalarının desteklendikleri için "soap opera" (ülkemizde Pembe Dizi diye adlandırılıyor) diye bilinen programların televizyona transfer olmasını sağladı. Bu sayede, televizyonda

kozmetik ürünleri bombardımanı başladı. Reklamlarda oynayan güzel kadınları karşılarında gören kadınlarda, tüketim isteği daha da arttı. 1960'larda takma kirpik ve "doğal" ürünler kullanma modası başlamıştı. "Doğal" ürünler, havuç suyu ya da karpuz özütü gibi bitkisel maddeleri içeriyordu. Zaten 1970'lerde tüm dünyayı saran çevreci hareket kozmetik endüstrisini de hedef almıştı. Kozmetik ürünlerinde kullanılan, hem çevreye hem de insan sağlığına zararlı maddelerin kullanımını yasalarla engellenmeye başlandı. Ancak, ne kadar başarılı olduğu tartışılıyor.

Günümüzdeyse boyanmaya ne kadar büyük bir tutkuyla bağlı olduğumuzun en büyük göstergelerinden biri olarak, yalnızca ABD'de yıllık ortalama kozmetik satışı gelirin 20 milyar dolar olması gösterilebilir. Geleneksel boyanma ve süslenme biçimlerinin terkedildiği modern toplumlar da, herkes neden boyandığını farklı biçimlerde ifade edebilir. Ancak ortak olan şey, hemen hepimizin beğenilerinin endüstri ve medyadan çok fazla etkilendiği.

Elif Yılmaz

Kaynaklar
Douglas, K., "Painted Ladies", *New Scientist*, 13 Ekim 2001
Emiroğlu K., *Gündelik Hayatımızın Tarihi*, Dost Kitabevi, 2001
<http://scriptorium.lib.duke.edu/adaccess/cosmetics-history.html>
<http://www.cas.okstate.edu/english/RenDrama/mayyb/bgroud.htm>
<http://home.earthlink.net/~revendunny/momdot.htm>
<http://www.hennapage.com/henna/faq.html>