

ERKEN CUMHURİYET DÖNEMİNDE GAZETE MÜSABAKALARI VE REKLAMLARINDA OLUŞTURULMAK İSTENEN MODERN KADIN İDEALİ

Gülperi MEZKİT SABAN*

ÖZ

Erken Cumhuriyet Dönemi, ulus-devlet bağlamında, Cumhuriyet değerlerinin ve kurumlarının oluşturulduğu, bu çerçevede Türkiye Cumhuriyeti'nin inşa edilmek üzere temellendirildiği 1920-1938 dönemi ile sınırlıdır. Bahse konu olan dönem içerisinde hukuksal ilişkilerden ekonomik ve kültürel ilişkilere kadar Batı dünyası ile birçok alanda 'medeni seviyeyi yakalama' adına benzerlikler kurulmaya çalışılmış ve hatta Batı'dan daha geri kalır bir tarafın olmadığını kanıtlamak üzere çeşitli faaliyetler düzenlenmiştir. Dahası Türk ailesi ve Türk kadını, modernitenin getirdiği yenilikler ile tanıştırılmış; kendilerinin de modern dünyaya ayak uydurmaları beklenmiş; 'ideal Türk kadını nasıl olur?' üzerine çeşitli müsabakalar düzenlenmiş; bu minvalde reklam metinleri ve görselleri yayımlanmıştır. Ele alınan çalışmada, Erken Cumhuriyet Dönemi yayınlarından olan 'Tan ve Cumhuriyet' Gazetesi'nin, modern Türk kadınının oluşturulması noktasındaki reklam metinleri ve müsabaka ilanlarının görsel ve metinsel içerik analizleri yapılacak; betimlenen ve idealize edilen Türk kadının özellikleri ortaya konacak ve sonuç kısmında Osmanlı kadınından Türk kadınına evirilen Cumhuriyet kadınından beklentiler, ortaya konulacaktır. 1920-1938 yılları arası sınırlarında yapılan bu araştırma, Tan ve Cumhuriyet Gazetesi reklam ve ilanlarından derlenen materyallerle sunulmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Türk kadını, ideal, müsabaka, modern, Türk annesi

THE MODERN WOMEN'S IDEAL TO BE CREATED IN NEWSPAPER COMPETITIONS AND ADS IN THE EARLY REPUBLICAN PERIOD

ABSTRACT

Early Republic Period, in the context of nation-states, the creation of values and institutions of the Republic, the Republic of Turkey in this context to be constructed is limited based on the 1920-1938 period. In the mentioned period, similarities have been tried to be established on behalf of catching the civilized level in many areas with the Western world, from legal relations to economic and cultural relations, and even various activities have been organized to prove that there is no one who is left behind from the Western world. Moreover, the Turkish family and Turkish women were introduced to the innovations brought by modernity; they were expected to adapt to the modern world; various competitions were organized on the subject of how the ideal Turkish woman is. In the study, the advertisement texts and competition announcements of 'Tan and Cumhuriyet' newspaper, which is one of the publications of the Early Republican Period, will be examined, the characteristics of the Turkish women who are described and idealized will be revealed and in the conclusion part, expectations from the women from the Republican women who evolved from the Ottoman women to the Turkish women will be revealed. This research, which was conducted between 1920 and 1938, will be presented with materials compiled from Tan and Cumhuriyet Newspaper advertisements.

Keywords: Turkish women, ideal, competition, modern, Turkish mother

GİRİŞ

İnsan aklının önceliği ve gerçekliğin tüm diğer yönlerine hükmetme hakkı olduğu iddiası¹, belirli türden bir kibire ve küstahça gurura hatta tek bir türün -erkeklerin- şovenizmine götürür. Çünkü doğal olarak insan (erkek) akli ile övünen düşünceye göre akılcı varlıklar, yaratılışın efendileridir ve "akıldan" yoksun kalanlara -kadınlara, insan olmayan varlıklara ve dünyanın kendisine- akli dayatma hakları vardır. (Donovan 2000:25) Feminist Teori kuramcılarında Donovan'ın bu tespiti, Newton'un "akla ve matematiksel ilkeler mekanizmasına uygun olarak işlemeyen şeyler, ikincil, yeterli olmayan,

*Araş. Gör. Doktor. Aksaray Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, gulperi2417@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9704-2490>.

gerçekten uzak ve adlandırılmaz; öteki olarak kabul edilir. Erkek liberal düşünürlerin bakış açısına göre kadın, işte bu ikinci kategoriye girmektedir” düşüncesi ile temellenir. Bu düşünce minvalinde, Aydınlanma Dönemi olarak çerçevelendirilen 17. ve 18. yüzyıllar boyunca -öncesinde ve sonrasında da- kadının eş ve anne olarak evine ait olduğu varsayımı neredeyse evrenseldi (Donovan 2000:25).

Batı kültüründe ‘rasyonel olmayan aklın sahibi olan kadınlar’, Sanayi devrimine kadar aynı çizgide değerlendirilmiş ve eve ait(duygusal işlerden) işlerden sorumlu olarak görülmüştür. Bahsedilen çerçevede Osmanlı kültüründeki kadın da hemen aynı düşünce ile değerlendirilmiş; eve ait işlerden sorumlu olma sınırından çıkmadığı tespit edilmiştir. Osmanlı kültüründe kadının varlığı ve toplum içindeki statüsü hakkındaki bilgiler, her ne kadar sınırlıⁱⁱ ve taraflıⁱⁱⁱ olarak tarih kaynaklarında yer alsada, Aydınlanma Devri öncesinde, bu neviden veri bulmak güçtür. “Ancak bilinen belgelerin ışığında, Osmanlı kadınlarının şehirlerde ve kırsal kesimlerde farklı hayatlar yaşadıklarını söylersek yanlış olmayız. Kırsal kesimdeki kadınlar evin erkeği ile birlikte üretime katılıp sosyal hayatta daha görünür bir haldeyken, şehirdeki kadınlar arasında ev dışında çalışanların sayısı çok azdır” (Aygül 2010:18). Bu sebeple köylerde yaşayan kadınlar şehirde yaşayan kadınlara nispetle, ziraî emeğe katılımları sayesinde özgürlüklerine daha yakın görülürken; ev içinde hayat süren ve ev emeğinden herhangi bir kazancı olmayan kadının, daha bağımlı bir hayat sürdüğü öne sürülebilir. O halde Osmanlı toplumunda da kadının ev içi veya dışında dahi olsa eve dair işlerle ilgilendirildiğini belirtmek yanlış olmaz.

Ev içinde yaşam süren Osmanlı kadınının batıdaki durumuna benzer şekilde Sanayi Devrimi’ne kadar ev dışında çalışması makbul görülmediğinden kadın özgürlüğü, kadın sorunu^{iv}, kadın hakları, kadın mücadelesi, kadın eğitimi^v, kadın emeği gibi kavramlar da Osmanlı Devleti’nin reform hareketlerinin başlangıcı olarak düşünülen on dokuzuncu yüzyıla kadar, yazılı kaynaklarda karşılaşılan kavramlar değildir; lakin kadın hakları mücadelesi açısından on dokuzuncu yüzyıl dönüm noktasıdır. Esen’in de belirttiği gibi, Osmanlı İmparatorluğu’nun uzun tarihi boyunca eve kapalı olan kadın imparatorluğun batılılaşma çabaları içinde ev dışına açılmaya başlamıştır. II. Mahmut devri diğer sosyal alanlarda olduğu gibi kadın hayatının sosyalleşmesine de zemin hazırlamıştır.

“Bu dönemlerde Mısır’dan Mehmet Ali Paşa hanedanından aileler İstanbul’a geliyor. Daha önce batı tesiri altında kalmış olan Mısırlı hanımlar İstanbul’a modaları getiriyorlar. İstanbullu hanımlar, onları taklide başlıyor. 1826-1839 yılları arasında saray, Avrupa saraylarına göre tanzim ediliyor. Bu yeni moda, taklit tarzında cemiyete yayılıyor. Beyoğlu batı taklidi hayatın merkezi oluyor. Kadınların ilk sokağa açılmaları Beyoğlu’nda alışveriş ve mesire yerlerinde gezme ile başlıyor. Abdülmecit dönemindeki vekillerin çoğu Avrupa’da bir süre yaşamış insanlar. Batı hayat tarzını yerli hayata taşıyorlar. Batılılaşma yukardan aşağı yayılıyor. Sarayda başlayan akım devlet memuru konaklarına da giriyor. Abdülaziz devri ise israf, debdebe ve sefahat dönemi. Beyoğlu Avrupa modalarının yansıdığı yer oluyor. Varlıklı, üst tabaka ailelerde başlayan batılı yaşam tarzı orta sınıf halk arasında da yayılıyor” (Esen 1991:9).

Tanzimat Fermanı ile yönetilen kesimin giriştiği hak mücadelesi sonucu halka; siyasi, sosyal, hukuk ve eğitim alanında birçok hak tanınmış; 1856 Islahat Fermanı^{vi} ile de cinsiyet, lisan ve din ayırt edilmeksizin herkesin eşit vatandaş statüsüne kavuşması sağlanmıştır. Cinsiyet eşitliği konusu, gazete ve dergi muharrirlerinin de ilgisini celp etmiş; Batı toplumlarından geri kalınmasının sebebi araştırılırken bir eksiğin de ‘kadının geri bırakılmışlığı’ üzerine görüş bildirilmiştir. Caporal’ın (1982:55) ifade ettiği üzere, 1868 yılında yayımlanan Terakki Gazetesinde, kadınların eğitiminin gerekliliği, çok eşlilik ve zorla evlendirme gibi adetlere eleştiri getiren yazılar yayımlanır. Abdülhak Hamid’in Tarık adlı eserinde “bir milletin kadınları, ilerleme derecesinin ölçüsüdür” ifadesi, II. Meşrutiyet Dönemi’nin kadın dergilerinde adeta bir özdeyiş gibi tekrarlanacaktır” (Taşkiran 1973: 34).

1908 Devrimi sonrasında kadın hakları tartışmasının başlamasına ilk ortamı Demet, Mehasin ve Kadın gibi kadın dergileri oluşturmuştur. 19. yüzyıl sonlarında ve 20. yüzyılda Osmanlı reformcu basınındaki kadın hakları söyleminin ortaya çıkışını ve Türk milliyetçiliğinin gelişimine paralel evrimini bu dergilerden izlemek mümkündür” (Sancar 2017: 94). Lakin belirtilmelidir ki gerek Cihan Harbinde gerekse Kurtuluş Mücadelesinde aktif rol oynayan kadınlar^{vii}, kamusal statüde erkekler ile aynı

haklara sahip olamamış; modern Türkiye'nin 'vitrin yüzü' olarak Batı dünyasına sunulmuştur. TBMM'nin kurulduğu 1920 ile kadınlara siyasal hakların tanındığı 1934 yılı arasında Meclis'te kadın hakları konusu bir gündem maddesi olarak yer alma(mış), bir iki tartışma girişimi itirazlar ve protestolarla susturul(muştur). Cumhuriyet Halk Fırkası (Birinci Grup) ile İkinci grubun Meclis temsilcileri, kadınlara siyasal ve vatandaşlık hakları verilmesi konusunda görüş birliği içerisinde zamanının gelmediğini düşünmekteydiler. Cumhuriyet Halk Fırkası ve muhalifi olan Terakkiperver Cumhuriyet Fırkasının programında kadınların istekleri ve haklarıyla ilgili bir madde veya ibare yer al(mamıştır).

Dönemin 'aydın' ve 'Cumhuriyet devrimlerini savunan' kişiliği olarak bilinen Cumhuriyet Gazetesi'nin imtiyaz sahibi olan Yunus Nadi dahi, Cumhuriyet'te yazdığı yazılarla bir yandan "kadınlığın hukukuna yerden göğe kadar hak veririz" derken bir yandan da Türk Kadın Birliği'nin siyasal haklar mücadelesine hükümet adına sınırlar çizip hatta gazetede alaycı yazılar yazarak karşı durmuştur. "Kadınlar mebus olmak yerine Himaye-i Eftal'de çalışsınlar" demekte; (aktaran Zihnioglu, 159) Türk Kadın Birliği, İkdam gazetesinde bu tür yazılara yanıt ver(mekteyse) de Cumhuriyet gazetesinin muhalefeti, Nezihe Muhittin'in istifaya zorlanması sonrasında "Oh, diyoruz, aman kurtulduk" diye görüş bildirmiştir" (Sancar 2017: 114).

"Dünya geneline bakıldığında, kadınların statülerindeki değişmelerin, ihtilaller, inkılaplar ve sosyal hareketler gibi kısa dönemli veya endüstrileşme, şehirleşme, eğitim ve istihdam gibi uzun dönemli değişim süreçlerinde meydana geldiği görülmektedir. Bu süreçlerde, kadınların aile ve toplum içerisindeki statülerini iyileştirmek üzere geniş kapsamlı hukukî reformlar yapılarak, sosyo-ekonomik gelişme ve siyasî değişim sağlanmaya çalışılmıştır" (Acun 2007:92). Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte yüzünü batıya çeviren Türkiye Cumhuriyeti, kadınların sosyo-ekonomik kültür içerisindeki değişiminde Batıyı referans almaları gerektiğini vurgulamışlardır; ancak kamusal zeminde, erkek egemen toplum olma vasfını ulus-devlet süreciyle birlikte devam ettiren modern Cumhuriyetçiler, kadına daha çok kadınlık vasıfları ile alakadar işler ile meşgul olmasını salık verirken; aynı zamanda modern dünya kadınları gibi giyinmelerini, süslenmelerini, bakımlı olmalarını ve modern eğitim tekniklerini öğrenip çocuk büyütme beklemiştir. Kısacası modern ülkenin temelini modern ailede atılacağını düşünen Cumhuriyet döneminin yöneticileri, kadını 'modern yuva inşacı' konumunda değerlendirmek istemişlerdir^{viii}. Çalışmanın ana konusunu oluşturan bu düşünce, birçok sunumun yanı sıra, gazete reklamları aracılığıyla toplumsal bellekte inşa edilmek istenmiştir.

Bilinmektedir ki "19. asırdan itibaren sosyo-kültürel değişmelerin ivmesini artıran teknolojik gelişmeler daha çok haberleşme ve kitle iletişim alanında meydana gelmiştir. Kitle iletişimi alanındaki teknolojik gelişmeler, diğer teknolojik yeniliklerin de tanıtılmasını ve benimsenmesini sağlayarak toplumları daha hızlı ve çok boyutlu olarak etkilemeye ve değiştirmeye başlamıştır. 1860'lı yıllardan sonra gazete ve dergiler, 1930-40'lı yıllardan itibaren radyo ve 1970'li yıllardan itibaren de televizyon Türk toplumsal yaşamını dönüştüren temel dinamikler olarak ortaya çıkmıştır" (Özdemir 2008: 469). Hedef kitlesi orta ve üst sınıf olan gazeteler (okuryazar oranı ve maddi ulaşılabilirlik imkânı düşünüldüğünde), Osmanlı kadını, modern Türk kadınına dönüştürme noktasında işlevsel bir görev üstlenmiştir. Bu fikri zeminde Tan ve Cumhuriyet Gazetesi, Türk kadını dönüştürme işlemini, adeta kendine görev edinmiş pozisyonadadır. Çalışmanın bundan sonraki kısmında Tan Gazetesi'nin açtığı kadınlar arası müsabakalarda ve yayımladıkları reklamlarda, modern 'Türk kadını imgesi' incelenecek, gazete aracılığıyla hedef gösterilen 'ideal Türk kadınının özellikleri' irdelenecek ve sonuç kısmında da Türk kadınından beklenen modern öğretilerin içselleştirilmesi noktasında ortaya koyması gereken çabalar değerlendirilecektir. Çalışma erken Cumhuriyet Dönemi olan 1920-1938 yılları arasında kalan süre ile sınırlandırılmıştır. Değerlendirme, gazete reklamlarının görsel analizi ile reklam ve müsabaka metinlerinin içerik analizi yapılarak analiz edilecektir.

1. Erken Cumhuriyet Dönemi Gazete ve Dergi Müsabakaları Çerçevesinde İdeal Türk Kadını

Kemalistler, önceki dönemin 'kadın meseleleri' tartışmalarını ve 'kadın kurtuluşunu' misyon edinen 'ilerici erkekler' geleneğini devralmıştı. Bu reformlarda 'ilerici erkekler'in önemli rolü, yalnızca Batılılaşmış entelektüel erkeklerin geleneksel kültürden, bu kültürün kadınlar ve erkekler üzerindeki

kısıtlamalarından duydukları hoşnutsuzlukla ilintili değildi; aynı zamanda ‘devleti kurtarma’ işini üstlenmiş Türk aydınlarının özelliğiyle bağlantılıydı. ‘Modernist devlet’le özdeşleşmiş Türk aydınları için bu devletin kültürel modelinin önemli unsurlarından biri ‘kadınların kurtuluşu’ydü (Durakbaşa 2000: 119). Kadınların kurtuluşu için girişilen eğitim mücadelelerinin yanı sıra dış görünüşte de modern Batı kadını yakalaması beklenmiş; kültürel model olarak alınan Batı kadına her yönüyle benzeyen bir kadın idealize edilmiştir. Bahsedilen çerçevede erken Cumhuriyet dönemi reklamları, modern toplumsal cinsiyet rollerinin oluşturulmasında ve sunumunda etkin rol oynamıştır. Bahse konu olan reklamlar aracılığıyla hayatının çoğu zamanını evinde geçiren, geleneksel öğretilerle çocuk büyüten, Avrupa modasına uzak, kendinden ziyade evin ve çocukların bakımıyla ilgilenen Osmanlı kadını, hâkim ideolojinin öğretileriyle yüzünü batıya çevirmesi beklenmiş; bu suretle dışa dönük, Avrupa giyim kuşam modasını takip etmesi, modern tekniklerle çocuk büyütmeye istenen ve eşinin gözüne hitap etmesi bakımından süslenmesi ve her daim bakımlı olması arzu edilen modern Türk kadınına evrilmek istenmiştir. Bu suretle çeşitli markaların görsel sunumlarında özendirici ve teşvik edici resimler kullanılırken dişil öğeler ön planda tutulmuş; bu öğretilerin toplumsal zeminde karşılığını bulup bulmadığını ölçmek üzere de çeşitli müsabakalar düzenlenmiştir. Gürbüz Çocuk Müsabakası, Çok Evlatlılar Müsabakası, Evin Kraliçesi Müsabakası ve Güzellik yarışmaları bu neviden değerlendirilebilecek, ideal eş ve anne oluşturmada teşvik edici ve öğretici yarışmalar olarak ifade edilmektedir.

1.1 Gürbüz Türk Çocuğu Müsabakası

Modern yaşam tarzının önemli karakteristikleri arasında, bir yandan kamusal alanda hal ve tavırlarda, kılık kıyafette kadınsılığın enikonu silinmesine yapılan vurgu vardı, öte yandan, özel alanda, ev işlerine, annelik ve karılık vazifelerine fazladan ağırlık verilerek rollerin kadınsılaştırılması söz konusuydu, bunun için pedagoji, psikoloji, ev idaresi, ev ekonomisi, aile sağlığı ve hijyen gibi yeni bilimlerin kılavuzluğuna başvuruluyor, görgü kuralları, karşı cinsle ilişkiler ve sosyal dinlenme, eğlenme aktiviteleriyle ilgili rehber kitaplar yayımlanıyordu (Durakbaşa 2000: 232). Rehber kitaplar ve broşürler özellikle düzenlenen müsabakalara katılan annelere verilmekte; sıhhatli çocuk bakım tekniklerinden modern ev mimarisine kadar pek çok ev içi meselenin modern teknikle halli Türk kadınına öğretilmekteydi. Bahsedilen müsabakalardan gazete haberlerine göre en çok rağbet gören müsabaka, Gürbüz Türk Çocuğu müsabakasıdır.



Şekil 1: Gürbüz Türk Çocuğu, 1928, s.19 sf:47

Artarda gelen Birinci Cihan Harbi ve Kurtuluş Mücadelesi, hem insani hem de ekonomik anlamda ülke çapında ciddi kayıpların verilmesine sebep olmuş; savaştan sağ kurtulan kadın ve çocuklar maddi yetersizliklerle yüzleşmek zorunda kalmış ve bu süreç, savaş ardi yetimler olarak adlandırılabilir birçok çocuğun ailesiz ve yuvasız kalmasıyla sonuçlanmıştır. Mustafa Kemal Atatürk'ün teşvikiyle, 1921 yılında resmi olarak kurulan Himaye-i Etfal Cemiyeti, yetim, öksüz ve fakir çocukları kısa sayılabilecek bir zaman zarfında, sokak hayatından kurtarmış; Himaye-i Etfal yurtlarında modern Türk Devleti'nin 'şefkatli eli' bu çocuklara uzatılmıştır. Himaye-i Etfal Cemiyeti, sadece çocukları sokaktan kurtarmakla kalmamış aynı zamanda anneleri de eğitmek suretiyle ölü doğumların ve doğum sonrasında oluşabilecek çocuk ölümlerinin önüne geçmek için 'Süt Damlası' gibi kuruluşlarla, 'Anne ve Çocuklara Rehber' isimli yayınlarla modern çocuk yetiştirme usullerini annelere öğretmeyi amaçlamıştır.

Ulus-devlet bağlamında, geleceğin 'güçlü Türkiye'si' için gürbüz ve sağlıklı nesillerin yetiştirilmesini amaçlayan Himaye-i Etfal Cemiyeti, çocuklar arasında, 'Gürbüz Türk Çocuğu Müsabakası' adlı bir yarışma düzenlemiştir. Yarışmada çocuklar; yaşı, boyu, kilosuna göre 'meme, mama ve oyun çağı' kategorilerine ayrılmış; boyu, kilosu, hastalık geçirip geçirmediği gibi bilgilerine bakılarak ilk üçe giren çocukların annelerine, çocuklarını gürbüz ve sağlıklı yetiştirdikleri için çeşitli hediyeler verilmiştir. Ödülün çocuğa değil de anneye verilmesi, çocuğu yetiştiren annenin gösterdiği özenin ifadesi olarak değerlendirilmiş; diğer annelere de 'nasıl çocuk yetiştirilmeli?' bağlamında öğretici bilgiler vermiştir. Birinci, ikinci ve üçüncü olan çocukların resimleri ulusal gazetelerde yayımlanmış; ülke genelinde başarılı aileler bu suretle 'onurlandırılmıştır'. Anneler için teşvik edici olan bu

organizasyon her yıl 23 Nisan Çocuk Bayramı haftasında yapılmıştır.

1.1.2 Çok Evlatlılar Müsabakası



Şekil 1: Gürbüz Türk Çocuğu, 1928, s.19 sf:47

Ulus devlet bağlamında ülkenin geleceği olarak görülen ve üzerinde sıkça durulan çocuk yetiştirme meselesi hem nitelik yönünden hem de nicelik bakımından dönemin yöneticilerince özellikle üzerinde durulan bir husus olmuştur. Gürbüz Türk Çocuğu Müsabakası ile sağlıklı nesiller yetiştirilmesi amaçlanmışken; Çok Evlatlılar Müsabakası ile de sayı bakımından doğum sayısının artırılması ve kalabalık ailelerin oluşturulması teşvik edilmiştir. Çok çocuklu ailelere vergi muafiyetleri ve çocuklarının eğitiminin ücretsiz olacağı taahhüt edilirken; müsabakayı kazanan ailelere madalya ve altın gibi pahada ağır ödüller verilmiştir. Anneleri çok çocuk doğurmaya ve aynı zamanda sağlıklı büyümeye teşvik eden bu müsabaka için ailelere, sıhhat cetveli gönderilmiş; annelerden çocukların fiziksel özelliklerini yazmaları istenmiştir. Ölü doğum yapmışsa ayrıca onun da belirtilmesi istenen cetvelde en başarılı adaylar yine ulusal gazetelerde ilan olunmuş, bu suretle anneler çok çocuk doğurmaya teşvik edilmiştir.

1.1.1 Ev Kraliçesi Müsabakası

1936 yılından itibaren Tan Gazetesi ve Kültür Bakanlığı işbirliğince düzenlenen Ev Kraliçesi Müsabakası, gazetenin müsabaka takdiminde belirttiği üzere, 'Türk kadınlığında ev sevgisini, yuva alakasını artırmak gayretiyle^{ix}' düzenlenmiştir:



Şekil 1: 27 Nisan 1936, Tan. s.1

“Ev küçülmüş bir vatan parçası, aile ufak kalıbına indirilmiş bir cemiyet hücresi olduğuna göre, vatan ve millet mefhumlarının ilk kaynakları, ev ve aile fikirlerinde görülebilir. Bir memlekette aileye ve ailenin barındırdığı eve karşı duyulan alaka ne kadar sağlam olabilirse, yurt sevgisi de o derece şuurulu bir kuvvet derecesine ulaşabilir... Bir toprak parçası üzerinde, bir bayrak altında yan yana sıralanmış milyonlarca evi birbirine kenetleyen ve millet ayrılmaz halde birleştiren ilk düğüm ailedir. Düğümü mümkün olduğu kadar kuvvetlendirmek; milleti mümkün olduğunca çözülmez hale koymak demektir... Bizim yine bu sevgiyi artırmak emeli ile açtığımız ev kadını müsabakalarında gözlerimizle görüp; iftiharla seyrettiğimiz hakikatlerdendir” (26 Nisan 1936 Tan,s.1).

Ulus devlet inşasında oluşturulmak istenen tüm kurum ve kuruluşlar, milliyetçi perspektiften yorumlanmış; ailenin de milleti oluşturan ve halk

arasında birliği sağlayan temel yapı olarak görülmesi dolayısıyla 'düğümün sıkı atılması' için modern aile yapısının sağlam oluşturulması istenmiştir. Bu modern yapıyı oluşturacak aile bireyi olan kadın ise, Tan Gazetesi'nin düzenlediği 'Ev Kraliçesi' müsabakasıyla ev içerisinde gerçekleştirilen faaliyetler dâhilinde 'bıçkı-dikiş, ev idaresi, çocuk bakımı ve yemek yapımı' kulvarlarında yarışmaya tabi tutulmuş; Beyoğlu, Üsküdar ve Selçuk Kız San'at liseleri^x öğretmen ve mütehassıslarından mürekkep bir heyet tarafından değerlendirilmiş ve en iyiler yemek takımı, oda takımı, çatal bıçak takımı, çay-kahve takımı, gramofon ve salon saati gibi dönemin modern dekorasyon ve yeme-içme ürünleriyle ödüllendirilmiştir.

Ödül dağıtımında söz alan, gazetenin imtiyaz sahibi ve muharrirlerinden olan Ali Naci Karacan, konuşmasında 'Türk kadını, evinin içinde daima hür, müstakil ve hâkim olmuştur' (27.4.1936, Tan, s.6) derken kadının özgürlük alanının ev içi ile sınırlı olduğunu işaret etmesi, dönemin aydınlarının bakış açısını göstermesi bakımından manidardır.



Şekil 1: 23 Nisan 1929, Cumhuriyet, sf:1

1.1.2 Güzellik Müsabakası

1929 yılı itibariyle Cumhuriyet Gazetesinin öncülüğünde başlatılan güzellik müsabakaları, Türk kadınının batılı kadınlar kadar güzel, akıllı ve onlardan aşağı kalmayacak derecede güzel bir ırka sahip olduğunu belirtmek üzere düzenlenmiştir. Asıl amaç Türk ırkının diğer ırklar kadar güzel olduğunu ispat etme çabasıdır. Bu güzellik yarışmalarının Cumhuriyetçi modernistlerin gözünde cinsel ahlak meselesi değil, Batı ile girilen bir tür rekabet olarak algılandığını söyleyebiliriz. Güzellik yarışmaları Batı'ya benzeme/farklı olma ikilemi içinde kurulan Türk ulusunun tanımına hizmet eden bir ideolojik kurgu ögesi haline dönüşmüştür. “Bar kadınlarının katılımına izin verilmeyen yarışmalar, Peyami Safa gibi Türk milliyetçilerinin bile desteklediği bir ‘milli mesele’ göstergesi ol(makta); onun ağzından güzellik yarışmaları ‘masum, gözü açılmamış, tipik aile kızı niteliğindeki, zekâsı, terbiyesi mükemmel, vücudu idman görmüş, lisan bilir’ Türk kızlarının Türk ırkının seciyesini dünyaya göstermesi olarak nitelen(mektedir)” (Aktaran Pınar Öztamur, 2002).

Nitekim Keriman Halis, 1932 yılında dünya güzeli seçildiğinde Atatürk, bunun çok tabii bir olay olduğunu ve Türk kadınının diğer kadınlar aşağı kalır hiçbir özelliğinin bulunmadığını belirtmiştir^{xi}. Bu güzelliğin atalardan ve analardan miras kalan yüksek kültür ve yüksek seciye ile donanmasını bekleyen Atatürk, dünya basınına verdiği bu demeçle modern Türk kadını için tabii güzelliğin yanında kültürün ve ahlakın da bulunması gerektiğinin altını çizmiştir. 1932 yılında Belçika'nın Spa şehrinde girdiği güzellik müsabakasını birincilikle kazanan Keriman Halis'in eniştesi olan, şehir meclisi azasından ve Fatih Halk Fırkası reisi Doktor Hikmet Bey ile yapılan röportajda, Halis hakkında anlattıklarının, dünya birincisi Türk kadınının, diğer Türk kadınlarına örnek teşkil etmesi bakımından da dikkatle üzerinde durulması gerekmektedir:

“Hikmet Bey diyor ki:

- Keriman elimizde büyüdü. Şimdiye kadar gülbüz, sıhhatli büyüdü. Hayatında mühim bir hastalık geçirmiş değildir. Çok sakin ve neşeli olan Keriman'ın en belirgin özelliği ailesine çok düşkün olmasıdır. Bazı genç kızlar gibi melankolik değildir. Büyük arzuları da yoktu. Esasen ailenin vaziyeti itibariyle kendi başına kapıdan dışarı çıktığı vaki değildi. Bir yere gitse ya annesi, ya babası veyahut aileden biri kendisine refakat eder. Keriman çok sakin ve neşeli olduğu için her şeye karşı hazımlıdır. Olur olmaz her şeye kızmaz, itidalini muhafaza eder.

- Keriman'ın Türkiye haricinde çok zengin bir zat ile evlenmesine müsaade eder misiniz?

- Katiyen! Keriman Türk kızıdır. Türkiye'de mesut bir aile yuvası kurması, hem ailemizin hem de Keriman'ın emelidir” (5.08.1932, Akşam, s.7).

Dünyaya güzelliğini ispat eden Halis, Türk kadınına; sakin, neşeli, evinde mutlu ve ailesine çok düşkün bir profil çizmektedir. Milliyetçiliğiyle de örnek olan dünya güzeli, Türk olmayan bir erkekle evlenmeyi aklından dahi geçirmez. Dönemin CHF İlçe Başkanı ve aynı zamanda doktorluk mesleğini icra eden, ‘bilim ve siyaset tedrisinden geçmiş’ bir erkeğin ağzından takdirle yorumlanan Halis'e dair bu nitelikler, bir kadının cismani ve insani güzelliğinin birbirini tamamladığını ve meraklıları için ‘altın değerinde güzellik öğütleri’ olarak nitelendirilebilir.



Şekil 1: 23.4.1935, Tan, s.13

işçiliği, çocuk bakıcılığı, aşçılık, kuaförlük gibi meslekler ile işaretlenmiş; onların, ‘eril emeğin’ sahasına girmesine genel anlamda müsaade edilmemiştir.

2. Erken Cumhuriyet Dönemi Reklamları Çerçevesinde İdeal Türk Kadını

Erken Cumhuriyet Dönemi'nde, gazeteler aracılığıyla kadınlar ve genç kızlar arasında açılan ve ‘kadınlık maharetini’ ölçen, özendiren ve teşvik eden yarışmalar çerçevesinde ideal Türk kadını, modernitenin getirdiği yenilikleri takip eden, evinin idaresini iyi bilen, çocuk bakımında geleneksel usulleri terk edip modern tekniklerle çocuk yetiştirip ülke geleceğine bu suretle katkı sunabilen, iyi yemek yapabilen, çocuklarının, eşinin ve kendi kıyafetlerini dikebilen ve kişisel bakımına dikkat eden kendi evinde hür ve müstakil bir profil çizmelidir. Bahsedilen beceriler dâhilinde kadın emeğinin sınırları, eril tahakkümün düşünce yargıları vasıtasıyla çizilmiştir. Kadınlar bu sınırlar çerçevesinde, kamusal zeminde, terzilik, temizlik

Sosyal medya, toplumsal cinsiyet yargılarının ideal olarak belirlenmesinde, yirmi birinci yüzyılın ilk çeyreğinde nasıl ilk sıralarda yer almaktaysa; yirminci yüzyılın ilk ve ikinci çeyreğinde gazete ve dergiler, başat belirteçler olarak ifade edilmelidir. “Berger’in “insanların karşısına bu denli sık çıkan başka hiçbir imge yoktur” (2005: 129) diye tanımladığı ve modern toplumda bireyin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin düşüncelerini etkileyen araç(lardan) biri de reklam(dır). Toplumsal cinsiyet sunumları açısından ideal erkek ve kadını tanımlamada kullanılan unsurlar üzerinde etkili olması açısından reklamlar, yaşam biçimlerini ve alışkanlıkları değiştirmede ya da benimsetmede etkili bir güce sahip olmaktadır” (Arslan 2015: 74).

Erken Cumhuriyet döneminde ideal kadını tanımlamada oluşturulan cinsel politik söylemlerde esas mesleğini ev içerisinde icra eden modern Türk kadınından, annelik ve ev hanımlığı maharetinin yanı sıra güzel, çekici ve bakımlı bir eş olması da beklenmiştir. Ulusal gazetelerin reklam metinlerinde ve resimlerinde ‘ideal güzel’ olarak gösterilen; bakımlı, modayı takip eden, günlük makyajına önem veren, düzgün fiziğiyle dikkat çeken, yaşlanmayı geciktirmek üzere Avrupa menşeli kremleri kullanan, genç görünmek için saçlarını boyayan, bembeyaz dişleriyle sürekli tebessüm eden ve neşesiyle ailesini mutlu eden; bu suretle eşinin gözüne ve gölüne hitap eden modern kadınlardır. “Kadınların, sonradan oluşturulmuş, zaman içinde değişen bir güzellik tanımına uymaya çalışmasının doğaları gereği olduğu miti yaratılmış ve kadınların bunun için çaba göstermesinin gerekli olduğu düşüncesi oluşturulmuştur. Bu da, kadınların tüketime katılmasıyla mümkündür. Kadınların reklamlarda yansıtılan “ideal güzelliğe” ulaşabilmeleri için, reklama konu olan ürün ya da hizmeti tüketmesi gerekmektedir. Reklamlar, kadınlara kimlik vaat etmekte ve kadınların narsistik duygularına seslenmektedir” (Şengül 2018: 1). Bu minvalde rimel ve saç boyası reklamlarına çokça yer verilmesi dikkate değerdir. Sarışınların güzelliklerinin vurgulandığı reklam görsellerinde sıkça övgü dolu sözlerin kullanılması, sarışın olmaya özendirici sunumlar olarak görülmektedir.

Yeni kurulan modern Türkiye’nin şekilsel modernleşmesinin öznesi olan kadın, Cumhuriyet elitleri tarafından ‘güzel görünmesi gereken’ ve bu suretle Batıya yönelişi onaylatan modernite nesnesi olarak da ifade edilmelidir. Yenilikçiler tarafından her daim bakımlı ve güzel görünmesi gereken kadın, dudağından rujunu, kulağından küpesini, kolundan bileziğini ve kirpiklerinden rimelini eksik etmemelidir. Kadına yüklenen bu görev, özellikle ulusal gazetelerde yayımlanan reklamlar aracılığıyla toplumsal belleğe, toplumsal cinsiyet rolünü kodlamış; bu suretle modern Cumhuriyetçi kadın imgesinin oluşmasını sağlanmaya çalışılmıştır.

Dünyanın önde gelen film yıldızlarından ve güzellik uzmanlarından yola çıkılarak verilen örneklerde, esmer kadınlar ve sarışın kadınların nasıl makyaj yapması gerektiği ifade edilmiş; hangi renk saç ve kaş boyasının tenlerine uygun olacağı, onları nasıl daha cazip göstereceği belirtilmiştir.

Bu neviden reklamlar, pudra ve bakım kremlerinin pazarlamasını yaparken aynı zamanda kadınlara makyaj tekniklerini öğretmekte ve kadınlara ‘cazip’ olması için fikirler vermektedir.

Aynada sürekli kendisini izlemek ve ‘kendine hayran olmak’ için pudra, ruj, allık vb. ürünleri kullanması gereken kadınlar, aynı zamanda bakımlı dişlere de sahip olmalıdır. Dönemin ünlü markası olan ‘Dentol’ diş macunu reklamlarında, bembeyaz dişleriyle gülümseyen kadınlara, ‘bir tebessüm, aşkın başlangıcı olur’

denilerek, cinsel duygularına hitap edilmekte ve aynı zamanda âşık olunacak kadının ‘tebessüm eden kadın’ olduğu imgesi sıklıkla vurgulanmaktadır. Kadının süsü olarak gösterilen beyaz dişler, erkek



Şekil 7: 23 Nisan 1937, Cumhuriyet, s.21



Şekil 1: 27.4.1940, Tan, s.8



Şekil 1: 16 İkinci Teşrin 1938, Cumhuriyet, s.8

tarafından beğenilme arzusuna hitap eden bir güzellik malzemesi olarak kadın okurlara sunulmuştur.



Şekil 1: 28.4.1939, Tan, s.12

almak kesenize ve sıhhatinize zararlıdır. Hasan İtriyat, hakiki Avrupa ve Amerikan mallarından bile üstündür. **Tabii** güzellik, hakiki gençlik, ancak Hasan İtriyat ile temin olunur” denmektedir.

Hollywood ünlülerinden, ünlülerin yakınlarından örnekler verilerek güzelliğin ve aynı zamanda doğallığın vurgulandığı reklam metinlerinde, ‘kaşlarını tıraş eden kadınlar’ eleştirilirken; ‘garip vaziyetlere girmemeleri’ konusunda kadınlar uyarılmıştır. Doğal yoldan bakımı teşvik eden reklam metinlerinde, kadının serveti olarak gösterilen saçlarının da bakımını doğal yoldan yapması önerilmiştir. ‘Bakımlı, temiz ve parlak’ saçlar, kadının ziyneti olarak gösterilmiş; modern dönemin öğretisiyle ‘açık ve gösterişli saçlar’ teşvik edilmiştir.



Şekil 1: 24.5.1936, Tan, s. 7



Şekil 1: 24.5.1936, Tan, s. 7

Genç, cazibeli, cilt bakımına önem veren, güzel dişlere ve bakımlı saçlara sahip olan kadınlar, kısa ve açık kıyafetleriyle de modern Türk kadınının giyim kültürünü kökten değiştirecek bir surette Cumhuriyet reformlarına da şeklen destek vermesi arzu edilmiştir.

Aynaya her baktığında ‘kendine hayran olması’ beklenen kadın yüzü ve kadın bedeni bir obje

Cilt kremi, ruj, pudra, diş macunu, sabun gibi reklamlar, sadece kadın gözüne hitap etmekle kalmaz; aynı zamanda erkek okurlara da ‘çıplaklık’ unsuru kullanılarak satılması amaçlanır. Tekin’in de belirttiği gibi (2006: 91) reklâmlarda bu amaçla seks kavramını kullanmaktadır. Birçok reklâm incelendiğinde görülecek en temel unsur, çıplaklık ve cinselliğin pornografik boyutlara ulaşmaya başlamasıdır. Çoğu reklamlarda, bazen açıkça, bazen de bilinçaltına yönelik yapılan cinsel satışlar kullanılmaktadır.

Cinselliğin, cazibeli ve çekici olmanın özellikle vurgulandığı kadın reklamlarında aynı zamanda doğal görünüm ve bu suretle yerli malı kullanımını da teşvik edilmiştir. ‘Hasan İtriyat’ın verdiği reklam metninde: “Avrupa ve Amerikan Ambalaj ve etiketleriyle şantaj yapılmaktadır. Fransızca, İngilizce kelimelerle, uydurma isimlerle piyasaya çıkarılan ve fahiş fiyatlarla satılan bazı malları satın



Şekil 1: 26.4.1935, Tan, s.16

Hollywood modasının anlatıldığı kadın modası sayfalarında her kadının kendine yakışan saç biçimini bildiği gibi; saçlarını da nasıl süslemesi gerektiği bilmesi gerektiği belirtilmektedir. Saç ve makyaj modasını takip etmesi beklenen modern Türk kadını aynı zamanda giyim modasını da takip etmeli, mayo ve bikini seçiminde de özenli davranmalıdır. Gazete reklamlarında genç ve 30’lu yaşlarında olan kadınlar aynı zamanda düzgün fizikleriyle de ön plandadır. Reklamlarda idealize edilen kadın, bakımlı ve gıdasına dikkat eden, zayıf kalabilen kadındır. Bu amaçla kadınlara diyet reçeteleri sunulmuş, hedefledikleri kiloya düşmeleri için azimle bu diyet listelerine uymaları beklenmiştir.

Kalori hesabıyla incelenmesi beklenen kadınların aynı zamanda çok zayıf olması da makbul görülmemiştir. İştah açan yiyecek listelerinin de verildiği moda sayfalarında kadınlar, erkek okurları göz estetiğine de hitap edecek şekilde boydan fotoğraflarla gösterime sunulmuştur.



Şekil 1: 29.4.1937, Tan, s.7

16 Günde Zayıflamak İçin Neler Yemelii?	
İKİNCİ GÜN	
Oğle yemeği	
200 gram balık	300
200 gram lahanalı salatası	150
Yoğurt	90
Akşam yemeği	
350 gram sebze çorbası	200
200 gram ıspanak	150
2 Mandalina	80
Kalori yekünü	970

Şekil 1: 24.4.1935, Tan, s. 13

niteliğinde ve tüketim nesnesi olarak toplumsal kültüre sunulmuştur. Toplumun kadın kimliğini dönüştüren ve kadın bedenine form veren bu neviden reklamlarda, kadınların erkeklerin gözüne hitap etmesinin yanı sıra kalbine nasıl hitap edilmesi gerektiği de anlatılmıştır. “Erkekler, neşeli ve güler yüzlü kadınlardan hoşlanır” başlığıyla kadınlara tebessümü, erkeği etkilemede bir diğer araç olarak sunan Tan Gazetesi’nin tarihli yazısında, alelade bir genç kadının tebessüm sayesinde nasıl bir mutluluğa ulaştığı anlatılmaktadır:

“Bir genç kadın tanırım, alelade bir güzelliği vardı. Birdenbire günün birinde daha güzel olmaya, etrafa adeta ışık verecek kadar parlamaya başladı. Acaba bu kadına ne olmuştu? Mesuttu. Bu güzelleşmesinin sebebi içinden gelen saadet ve neşeden ileri geliyordu. İşittim ki sevdiği birisi ile tanışmış ve çok sevilirmiş. Yakında evleneceklermiş. Güzelleşmesinin sırrı bu olduğu ortaya çıktı.”

Yazının devamında gülmeyen, soğuk ifadeye sahip kadınlar, kabahatli olarak gösterilirken; gülmeyi öğrenmek ve sürekli tebessüm edip neşeli tavır sergilemek, kadına bir görev olarak sunulmuştur:

“Mahzun bir bakış, soğuk bir ifade, en güzel yüzü çirkin ve manasız yapar. Eğer güzelseniz ve aynı zamanda güzelliğiniz nispetinde beğenilmiyorsanız kabahat yine sizdedir. Tebessüm etmesini bilmiyorsunuz, gülmeyi öğrenememişsiniz. Neşeli değilsiniz. Herkes sizden kaçıyor. Neşesiz insanlardan kimse hoşlanmaz. Her sabah saçınızı tararken, süslenirken, yüzünüzü yıkarken aynı zamanda gözlerinize parlak ve ışıklı olmasını emrediniz. Dudaklarınız tatlı bir tebessümle açılsın, beyaz dişlerinizi gösteriniz.”

Güler yüzlü ve neşeli olmaları halinde erkekler tarafından tercih edileceği, kendi seçtiği erkek ile mutluluğu yakalayacağı alt metinde öğütlenen ve bu suretle geleneksel evlilik usullerini aş^{xii} modern ve batılı bir kadın gibi bakımlı, neşeli ve güler yüzlü olup evlenmek istediği erkeği kendi seçen Türk kadını, Erken Cumhuriyet Dönemi’nin gazete reklamlarında ve moda sayfalarında ideal olarak sunulmuştur. Ancak şunu belirtmekte fayda vardır; ideal olarak sunulan kadın, toplum tarafından ne kadar kabul görüp içselleştirilmiş; ne kadar ‘garip ve sıra dışı’ olarak adlandırılmış bu da ayrı bir çalışma konusu olarak görülse de Cumhuriyet elitlerinin dönüştürmek istedikleri Türk kadınına çizdikleri vizyon yukarıda verilen gazete reklamlarında nispeten ortaya çıkmaktadır.

Sonuç

Kadının kocasının himayesi altında, aileye ait olduğu fikri tüm liberal erkek kuramcılarının ortak düşüncesi idi. Hatta kuramsal olarak doğal hakların tüm insanlar için olduğu görüşünü savunan John Locke gibi düşünürler bile buna taraftardı (Donovan 2000:26). Aydınlanma Dönemindeki kadına bakış açısına ışık tutan bu yaklaşımda, Sanayi Devrimi ile birlikte her ne kadar kadın hakları ve mücadelesi yolunda yol alınmaya çalışıldıysa da eşitlik mücadelesinde çok ileri gidilememiştir. Elbette modernitenin kadınların sosyal yaşamını genişletmek üzere getirdiği yeniliklerin yok sayılması mümkün değildir. Özellikle Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluşundan sonra hız kazanan modernleşme süreci, kadın hayatına da dâhil olmuş; kadını modern Türkiye’nin geleceğinde misyon sahibi bir birey olarak konumlandırmıştır. “Bilindiği üzere, Kemalizm, devleti ve toplumu, bütün kurumlarıyla harekete geçiren bir değişim ve bir modernleşme projesidir. Osmanlıdaki kısmî modernleşme yerine Cumhuriyet, topyekûn modernleşmeyi benimser. Daha da ileri giderek, modernleşme Avrupalılığa ile özdeşleştirilir” (Acun 2007:98).

Kadın ve aile üzerinden kurulmaya çalışılan ve geleceğin modern Türkiye’sini oluşturma projesi olarak değerlendirilen Cumhuriyet devrimleri sürecinde Türk kadından iki yönlü beklenti oluşmuştur. İlki, geleceğin ulus-devletini, Batı normlarına ve refahına kavuşturacak olan bugünün çocuklarını, geleneksel usulleri terk edip modern tekniklerle büyütmesi ve moderniteyi evindeki eşyalardan; giydiği kıyafetlere kadar taşımasıdır.

İkinci beklenti, Batıdaki örnekler rol model alınarak, kadının dışıl unsurlarının ön plana çıkarılması ve bu suretle cilt ve vücut bakımına önem veren, Avrupa modasını takip eden; saçından çorabına ve şapkasına; mayosundan rujuna ve pudrasına kadar taşıdığı her unsurda modern Avrupa menendi ürünleri kullanan, eşinin hem göz hem de gönül zevkini doyuran, neşeli ve sürekli tebessüm eden Türk kadını idealize edilmiştir. Bu kapsamda çeşitli müsabakalar düzenlenerek kadınlar teşvik edilmiş; kendilerinin Batı kadınından aşağı kalır özelliklerinin olmadığı ispat edilmeye çalışılmıştır. Tan ve Cumhuriyet Gazetesi, Türk kadınının modernleştirilmesi amacıyla verdiği reklam metinleriyle ve düzenledikleri kadın müsabakalarıyla, modern Türkiye'nin inşası bağlamında, Türk kadınıni şekillendirici görev üstlenmişlerdir. Her ne kadar kadından modern vizyon sahibi bir eş olması, aile hayatını modern usullerle dizayn etmesi beklenmişse de; modern haklar ve eşitlik konusunda Türk kadını 1935 yılına kadar birlikte vatan mücadelesi verdiği erkeklerle aynı statüde olamamıştır. Ulus-devlet bağlamında, kadının ülkeye politik katkısı ancak sağlıklı ve gürbüz çocuklar yetiştirmekle sınırlandırılmış; ekonomik zeminde de aile ekonomisine katkısı belirli mesleklerle çerçevelendirilmiştir.

KAYNAKLAR

- Acun, F. (2007). Görsel verilerde kadın imajı (1923-1960). *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16, 91-112.
- Arslan, E. (2015). Türk televizyon reklamlarında toplumsal cinsiyet reklamlarında toplumsal cinsiyet sunumları açısından yaşın sosyo- kültürel değişkenlerle ilişkisi üzerinden analizi. *Millî Folklor*, 27 (105).
- Balcı, M. & Tuzak, M. (2017). Cumhuriyet'in ilk yıllarında Nezihe Muhiddin özelinde Türk kadınlarının siyasi hakları için mücadelesi. *Marmara Üniversitesi Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları Dergisi*, 1, 43-51.
- Berger, J.(2016). *Görme biçimleri*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Caporal, B. (1982). *Kemalizm sonrasında Türk kadını*. Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Demirdirek A. (1993). *Osmanlı kadınlarının hayat hakkı arayışının bir hikâyesi*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Doğramacı, E. (1989). *Türkiye'de kadın dünü, bugünü*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Donovan, J. (2000). *Feminist teori*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Durakbaşı, A. (2000). *Halide Edip, Türk modernleşmesi ve feminizm*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Esen, N. (1991). *Türk romanında aile kurumu*. Ankara: T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı.
- Gümüş, M. (2018). Anayasal meşruti yönetime medhal: 1856 Islahat Fermanı'nın tam metin incelemesi. *Bilgi*, 47.
- Onaylı Ş. G. (2018). *Kadın odaklı reklamlarda kadınlık sunumu*. Yüksek lisans Tezi. Kadir Has Üniversitesi.
- Özdemir, M. (2010). Türkiye'deki reklamlarda toplumsal cinsiyet ve sunumu. *Millî Folklor*, 22 (88).
- Öztürk, E. (2007). *Türk kadınının feminizme bakışı*. İstanbul: Karmat Yayınları.
- Sancar, S. (2017). *Türk modernleşmesinin cinsiyeti, erkekler devlet; kadınlar aile kurar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Taşkıran, T. (1973). *Cumhuriyet'in 50. yılında türk kadın hakları*. Ankara: Başbakanlık Kültür Müsteşarlığı Yayınları.
- Tekin, İ. (2006). *Kadın sorunlarına yönelik sosyal sorumluluk kampanyaları ve reklâmlarda kadın cinsiyetinin sunumu*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Yaşın Dökmen, Z. (2016). *Toplumsal cinsiyet*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Zihniöğü, Y. (2013). *Kadınsız inkılâp*. İstanbul: Metis Yayınları.

Sürelî Yayınlar:

- Gürbüz Türk Çocuğu, 1926, s.3 sf:25.
Gürbüz Türk Çocuğu, 1928, s.19 sf:47.
Cumhuriyet, 23 Nisan 1929, sf:1.

Akşam, 3 Ağustos 1932, s.1.
Tan, 23.4.1935, s.13.
Tan, 24.4.1935, s. 13.
Tan, 26.4.1935, s.16.
Tan, 24.5.1936, s. 7.
Cumhuriyet, 23 Nisan 1937, s.21.
Tan, 27 Nisan 1936, s.1.
Tan, 24.5.1936, s. 7.
Cumhuriyet, 23 Nisan 1937, s.21.
Tan, 29.4.1937, s.7.
Cumhuriyet, 16 İkinci Teşrin 1938, s.8.
Tan, 28.4.1939, s.12.
Tan, 27.4.1940, s.8.
Akşam, 3.08.1932, s.1.
Akşam, 5.08.1932, s.7

Dipnotlar

ⁱ Newton paradigmasına göre, akla ve matematiksel ilkeler mekanizmasına uygun olarak işlemeyen şeyler, ikincil, yeterli olmayan, gerçekten uzak ve adlandırılmaz Öteki olarak kabul edilir. Erkek liberal düşünürlerin bakış açısına göre kadın, işte bu ikinci kategoriye girmektedir. (O halde Newton'un dünya görüşü, bir tarafta akılla yönetilen kamusal dünya ve evrenin fiziksel dünyası ile diğer tarafta akıl-dışı olarak nitelendirilen duygusal ilişkilerin, kişiye özgü tutumların, inançla, ahlaki yargı ve estetikle ilgili soruların, ve bir de kadının yer aldığı ikincil marjinal dünya arasında kökten bir ayırım ya da kırılma olduğunu öne sürmektedir (Donovan 2000:23). Bu yeni-Stoacı görüş, aynı zamanda içinde akılcı dünyanın akıldışı dünyaya üstün olduğu ve onu denetlemesi gerektiği ön kabulünü içerir; düzen, düzensizliğin, marjinalin ve Ötekinin dünyasına dayatılmalıdır (Donovan 2000:24).

ⁱⁱ Tarih bilimciler, on altıncı yüzyıldan öncesi için kaynak bulmanın pek mümkün olmadığından bahsederler. Ayrıca, Osmanlı Devleti'nde resmi tarih yazımının, 16. yüzyılda, Ahmedî ile başlaması da buna bir sebep olarak gösterilebilir.

ⁱⁱⁱ Batılı seyyahların, kapalı toplum statüsünde yaşayan Osmanlı kadınıyla yakın temas kuramaması sebebiyle, ön yargılı ve şekil itibarıyla gözlemlerin yorumlanmasından kaynaklı Oryentalist bir yorumu ortaya koyar.

^{iv} Kadın sorunu genel olarak kadının toplumsal hayattaki statüsü, eşit haklara sahip olması, haklarını eşit bir şekilde kullanabilmesi ve kadının kişi olarak var olabilmesi konularını kapsamaktadır (Doğramacı, 1997, s. 1).

^v Osmanlı Devleti'nde kadınlar, sadece Sıbyan Mektepleri'nde eğitim alma hakkına sahiptiler. Bu eğitim, okuma-yazma ve Kur'an-ı Kerim öğrenmekle sınırlıydı. Bazı şanslı elit tabakadaki hanımlar özel dersler alarak bilgilerini genişletebiliyorlardı. (Balcı ve Tuzak 2017:44)

^{vi} 15. Ve mezheb ve lisân veyahûd cinsiyet cihetleriyle sunûf-ı tebaa-i saltanatı seniyyemden bir sınıfın aher sınıfından aşağı tutulmasını mutâzâmmın olan kâffe-i ta'birât ve elfaz ve temyizât muharreratı divaniyyeden ilelebet mâhv-ı izâle kılınması ve ahâd-ı nâs beyninde veyâhud memurîn taraflarından dahi mucibi şîn ve ar olacak veya namûsa dokunacak her türlü tarif ve tavsifin istimâli kanûnen menolunması (Akt: Gümüş 2008: 223; Bianchi 1856: 11-12)

^{vii} Kadın meselesinin Türkiye'de milliyetçi bir uyanış anında formüle edilmesi, toplumsal cinsiyetle ilgili meselelerin de böyle bir milliyetçi çerçeve içinde tartışılması nedeniyle, Halide Edib, Batı'da kamusal alanda toplumsal refah, eğitim ve sosyal yardım hizmetlerini öne çıkaran bir kadın hareketi ile daha rahatlıkla empati kurabiliyordu; kadın cinsinin erkek cinsine karşı mücadelesini isteyen militan feminist eylemlere ise yakınlık duymuyordu. (Durakbaşı 2000: 196)

^{viii} Her ne kadar eğitilmiş olması teşvik edilse de Türk kadını evinin hanımı olduğu bilincini 'aklından çıkarmamalıdır'. Bu suretle kaleme alınmış 'Mektepli Hanım Kızların Marşı' adeta Cumhuriyet ideologlarının kadına bakışını ifade eder niteliktedir:

Bize cennet evdir...
Borcum, tehdit altındaysa
Kurtarmaktır vatanımı,
Fakat işim ondan sonra
Olmaktır bir ev hanımı...

Ben de ilim öğrenirim,
Fakat eve demem zindan,
Ayrılamaz derim pirim
Kadın evden, ev kadından! (Doğramacı 1989:83)

^{ix} 27.04.1936 Tan, sf:6

^x 1928 yılında açılan Kız San'at Liselerinde, modern tekniklerle ev idaresi, çocuk bakımı, sofa düzeni, konuşma adabı, modaaya uygun elbiseler dikimi öğretilmiş; Cumhuriyet ideologlarınca, dönemin genç kızları, geleceğin modern Türkiye'sini kuracak nesilleri yetiştirecek anneleri olarak değerlendirildiğinden dikkatle yetiştirmişlerdir.

^{xi} “Türk ırkının güzelliğinin daima mahfuz olduğunu gösteren dünya hakemlerinin bu Türk çocuğu üzerindeki hükümlerinden memnunuz. Fakat Keriman Ece (Türk dilinde kraliçe demektir) işittiğimiz gibi söylemiştir ki o bütün Türk kızlarının en güzeli olmak iddiasında değildir. Bu güzel Türk kızımız ırkının kendi mevcudiyetinde tabii olarak tecelli ettirdiği güzelliğini dünyaya dünya hakemlerinin tasdikiyle tanıttırılmış olmakla elbette kendisini memnun ve bahtiyar addetmekte haklıdır. Türk milleti bu güzel çocuğunu şüphesiz samimiyetle tebrik eder” (3.08.1932, Akşam, s.1).

^{xii} Modern Türk edebiyatının oluşturulmasında ilk isimlerden olan Şinasi,1895 yılında yayımladığı Şair Evlenmesi adlı tiyatro metninde, gelenekseli temsil eden görücü usulle evliliğin terk edilip, çiftlerin kendi seçimleriyle evlenilmesi gerektiğini mizahi bir üslupla dile getirmiştir.

Extended Abstract

In Western culture, 'women with irrational mind' were considered in the same line until the Industrial Revolution and were seen as responsible for household (emotional) affairs. Women in Ottoman culture were evaluated with almost the same idea; it was determined that men did not exceed the limit of being responsible for household affairs. Although the information about the existence of women in Ottoman culture and their status in society are limited and biased in historical sources, it is difficult to find data of this kind before the Enlightenment Age. “However, in the light of the known documents, we would not be wrong if we say that Ottoman women lived different lives in cities and rural areas. While rural women participate in production with the man of the house and are more visible in social life, the number of women working outside the home is very low among women in the city” (Aygül 2010: 18). For this reason, while women living in villages are seen closer to their freedom than women living in the city, thanks to their participation in agricultural labor, it can be argued that the woman who lives in the home and does not earn any household labor leads a more dependent life. Therefore, it would not be wrong to state that even in the Ottoman society women are interested in domestic affairs whether they are inside or outside the home. Similar to the situation in the West, Ottoman women living indoors, working outside the home were not considered acceptable until the Industrial Revolution, so concepts such as women's freedom, women's issue, women's rights, women's struggle, women's education, women's labor were considered as the beginning of the reform movements of the Ottoman Empire. Until the ninth century, concepts are not encountered in written sources; however, the nineteenth century is a turning point for the struggle for women's rights. As Esen stated, women, who were closed to home throughout the long history of the Ottoman Empire started to go out of the house in the westernization efforts of the empire. The Mahmut II era has prepared the ground for the socialization of women's life as in other social areas. In the Early Republican Period, within the framework of the competitions opened between women and young girls through newspapers that measure, and encourage 'femininity', the ideal Turkish woman follows the innovations brought by modernity, knows the management of her home well, abandoned traditional methods in child care and used modern techniques. She should draw a free and independent profile in her own home and raise children and contribute to the future of the country in this way, cook well, sew their own clothes, and take care of their personal care. Within the aforementioned skills, the boundaries of women's labor have been drawn through the judgments of masculine domination. Within the framework of these limits, on the public sphere, women are marked with professions such as tailoring, cleaning work, babysitting, cooking and hairdressing; they are generally not allowed to enter the field of 'male labor'. In the sexual political discourses created to define the ideal woman in the early Republican Period, the modern Turkish woman, who performs her main profession in the house, was expected to be a

beautiful, attractive and well-groomed wife as well as providing motherhood and housewife skills. Shown as "ideal beauty" in the advertisements and pictures of national newspapers; she is well-groomed, follows fashion, cares about her daily make-up, draws attention with her smooth physique, uses European origin creams to delay aging, dyes her hair to look young, constantly smiles with her white teeth and makes her family happy with her joy. Thus, she is a modern woman who appeals to the eyes and like of her husband. "The myth that women try to conform to a definition of beauty that was created later and changed in time is a necessity of their nature, and the idea that women should strive for this has been created. This is possible with the participation of women in consumption. In order for women to reach the "ideal beauty" reflected in the advertisements, they must consume the product or service subject to the advertisement. Ads promise women identity and address women's narcissistic feelings. In particular, accelerating the modernization process after the establishment of the Republic of Turkey, it has been involved in women's lives; woman having a mission in modern Turkey's future is positioning as an individual. "As it is known, Kemalism is a project of change and modernization that mobilizes the state and society with all its institutions. Instead of the partial modernization in the Ottoman Empire, the Republic adopts total modernization. Going further, modernization is identified with Europeanization.