

CUMHURİYET GAZETESİ'NDEKİ (1955-2025) ANNELER GÜNÜ İÇERİKLERİNİN ANALİZİ: CİNSİYETÇİ İKİYÜZLÜLÜK KAVRAMINA ÖRNEK OLABİLİR Mİ?

Kinem TOKDEMİR¹

Öz

Bu araştırma; Türkiye'de 1930-2025 yılları arasında Cumhuriyet Gazetesi'nde yer alan Anneler Günü içeriklerini inceleyerek, annelik kavramının geçirdiği toplumsal değişmeyi cinsiyetçi ikiyüzlülük kavramı bağlamında analiz etmeyi hedeflemektedir. Cinsiyetçi ikiyüzlülük problematiğinden yola çıkan araştırmada, Cumhuriyet'in ilk yıllarından günümüze Anneler Günü kutlamalarının başlangıçta görünür olmadığı; daha sonraki yıllarda duygusal, ticari ve tüketim odaklı olarak yüceltildiği ve bir yandan da eleştirildiği anlaşılmaktadır. Dönemin zihniyetini gözlemlemek için Cumhuriyet Gazetesi'nin tercih edilmesi; bu gazetenin toplumsal değişmeyi görünür kılması nedeniyle önemlidir. Dolayısıyla bu değişimin cinsiyetçi ikiyüzlülüğe ne kadar örnek oluşturduğu problemi ve analiz birimi olan "Anneler Günü" içeriklerinin incelenmesi, araştırmanın ana hattını oluşturmaktadır. Modernite ile birlikte, ideal annelik anlayışı egemen anlayışa dönüşürken Anneler Günü ile anneliğe dair norm ve değerler yüceltilerek övülmektedir. İçerik analizi yöntemi ile elde edilen verilere göre, Cumhuriyet Gazetesi'nde, farklı tarih aralıklarında annelik hem yüceltilmiş hem de geleneksel annelik anlayışı eleştirilmiştir. Ancak söz konusu eleştiriler de dâhil olmak üzere annelik kavramına dair içerikler, ataerkil egemen söylemin bakış açısını yansıtmaktadır. Elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, cinsiyetçi ikiyüzlülük kavramı temelinde, Türkiye'de Anneler Günü kutlamalarında geleneksel annelik rolü eleştirilse dahi bu rolün sürdürüldüğü ortaya konmuştur. 1955-1984 yılları arasında Cumhuriyet Gazetesi'nde yer alan Anneler Günü içerikleri, anneliği yüceltme üzerinedir. 1984-2025 yılları arasında ise, anneliğe yönelik toplumsal, ekonomik ve siyasi eleştirel yaklaşımlara paralel olarak, tüketime yönelik içeriklerin yoğun olduğu anlaşılmıştır. Bulgulardan hareketle, ataerkil egemen sistemin pekiştirildiği ve cinsiyetçi ikiyüzlülüğün yeniden üretildiği tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Anneler Günü, Cumhuriyet Gazetesi, Annelik, Cinsiyetçi İkiyüzlülük.

¹ Arş. Gör. Dr., İstanbul Beykent Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi (İngilizce), kinemtokdemir@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4149-1726

© Yazar(lar) (veya ilgili kurum(lar)) 2023. Atıf lisansı (CC BY-NC 4.0) çerçevesinde yeniden kullanılabilir. Ticari kullanımlara izin verilmez. Ayrıntılı bilgi için açık erişim politikasına bakınız. Sosyoloji Derneği tarafından yayımlanmıştır.

THE REPRESENTATION OF MOTHER'S DAY IN CUMHURİYET NEWSPAPER (1955-2025): CAN IT BE CONSIDERED AN EXAMPLE OF SEXIST HYPOCRISY?

Abstract

This study aims to analyze the social transformation of the concept of motherhood in Turkey within the framework of sexist hypocrisy by examining Mother's Day content published in the Cumhuriyet Newspaper between 1930 and 2025. Drawing on the concept of sexist hypocrisy, the research reveals that Mother's Day celebrations were initially overlooked in the early years of the Republic. Conversely, in later periods, they were glorified through emotional, commercial and consumerist discourses, while also being criticized. The choice of Cumhuriyet Newspaper as a source is significant for observing the mindset of the period, as the newspaper has played a key role in making processes of social change visible. Investigating how this transformation exemplifies sexist hypocrisy, and examining content related to Mother's Day, constitutes the core of the research. As modernity has taken hold, the idealized notion of motherhood has become part of the dominant ideology, and through Mother's Day, the associated norms and values have been exalted and celebrated. According to the data obtained through content analysis, motherhood has been both glorified and criticized in Cumhuriyet at different historical intervals. However, even these criticisms reflect the patriarchal dominant discourse on motherhood. Evaluating the findings reveals that, based on the concept of sexist hypocrisy, Mother's Day celebrations in Turkey continue to uphold the traditional role of motherhood, even when it is criticized. Between 1955 and 1984, the Mother's Day content featured in Cumhuriyet Newspaper predominantly focused on the glorification of motherhood. However, between 1984 and 2025, it was observed that content promoting consumption became more prevalent alongside critical social, economic and political approaches to motherhood. Based on these findings, it was concluded that the patriarchal dominant system was reinforced, and sexist hypocrisy was perpetuated.

Keywords: Mother's Day, Cumhuriyet Newspaper, Motherhood, Sexist Hypocrisy.

GİRİŞ

Anneler Günü'nün Türkiye'deki tarihsel gelişimi, yalnızca bir takvim günü olmaktan ziyade annelik kavramına yüklenen kültürel anlamlar, toplumsal cinsiyet rolleri ve değerlerin temsili açısından dikkat çekici bir toplumsal süreci yansıtmaktadır. Nitekim annelik kavramını yücelten böyle bir gün fikri, geleneksel annelik kavramına atfedilen değeri de görünür kılmaktadır.

Anneler Günü, 20. yüzyılın başlarında Batı'da ortaya çıkan ve zamanla birçok ülkede, yıllar içinde toplumsal belleğe yerleşen özel bir gündür. Hatta bu günün Antik Yunan ve Roma'daki festivallere değin uzandığı düşünülmektedir. 8 Mayıs 1914'te Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Başkanı Woodrow Wilson tarafından ulusal bayram ilan edilen bu özel günün amacı, savaşta oğullarını kaybeden anneleri onurlandırmaktır (Peaceful Mother's Day, 1988; Grim, 2009, s. 1). Bu gün, başlangıçta halk tarafından benimsenmemiştir. Birinci Dünya Savaşı sırasında bu tatil gününün toplumun moralini yüksek tutmada güçlü bir araç olduğu ve dolayısıyla anne-çocuk ilişkisinden öte bir toplumsal işlevi olduğu anlaşılmıştır (Jones, 1980, s. 175). Esasen, Mothers and Others Connecting adlı bir grup, bir dizi eylem koordine etmiştir. Bu eylemler kapsamında, nükleer silahlanma karşıtı aktivistler, ABD genelindeki dört nükleer silah tesisinde toplanmıştır. Amaç; Anneler Günü'nü barış günü olarak sahiplenmektir. Daha sonra barış² ve silahsızlanma için bir çözüm yöntemi olarak, Barış İçin Anneler Günü Bildirgesi (Mother's Day for Peace Proclamation) ortaya çıkmıştır.

Bu çalışma kapsamında, toplumsal değişme sürecini gözlemlemek ve anlayabilmek için cinsiyetçi ikiyüzlülük temelinde bir değerlendirme yapılmıştır. Böyle bir çözümleme girişimini, Türkiye Cumhuriyeti ile yaşıt bir gazete olan Cumhuriyet Gazetesi örneği üzerinden yapmak, Anneler Günü'nün toplumsal görünürlüğünü ve işlevini irdelemek açısından önemlidir; zira Cumhuriyet, geçmişten günümüze geniş kitlelere hitap etmektedir. Analize tabi tutulan Cumhuriyet Gazetesi, 7 Mayıs 1924'te, Atatürk'ün devrimlerini desteklemek amacıyla Yunus Nadi (Abaloğlu) tarafından kurulmuş; onun ölümünün ardından gazetenin yönetimi ve başyazarlığı, oğlu Nadir Nadi tarafından yürütülmüştür. Siyasal ve toplumsal sorunlara karşı duyarlı olduğu ifade edilen gazetenin (Nadi, 1999, s. 9; Yapar, 2021, s. 80) kuruluş yılından itibaren günümüze, Türkiye basınında mühim bir yeri olmuştur. Bu araştırmada verilerin toplanması için Cumhuriyet Gazetesi'nin seçilmesindeki birincil neden, gazetenin 1930'dan 2025'e kadar olan sayılarının arşivde yer almasıdır. Bu bakımdan Anneler Günü kutlamalarının -eleştirel bir pozisyonda durulsa dahi- cinsiyetçi ikiyüzlülüğe örnek oluşturabileceği ve geleneksel anneliği yücelttiği, araştırmanın odak noktasıdır. Cinsiyetçi ikiyüzlülük problematiğinden yola çıkan bu araştırmanın amacı, tarihsel olarak Anneler Günü kutlamalarını, Cumhuriyet Gazetesi örneği üzerinden analiz edebilmektir. Dolayısıyla araştırma, Türkiye'de Anneler Günü kutlamalarının cinsiyetçi ikiyüzlülük kavramına ne ölçüde örnek oluşturduğu problemine odaklanmaktadır.

Bu bağlamda, çalışmada, Türkiye'de Anneler Günü'nün resmi olarak kutlanmaya başlandığı yıl olan 1955'ten 2025'e kadar Cumhuriyet Gazetesi'nde yer alan Anneler Günü içerikleri tarihsel olarak sınıflandırılarak, bu içeriklerin annelik kavramına dair toplumsal değişmeyi nasıl yansıttığı incelenmiştir. Gazetenin, 1955'ten itibaren arşivde süreklilik arz etmesi ve yıllara ait sayılara erişim sağlanması, bu kapsamda önem arz etmektedir. Diğer yandan Cumhuriyet e-Gazete Arşivi'nde 1930'dan itibaren var olan gazete sayıları da yer almaktadır. Türk Kadınlar Birliği'nin, bu günün özel bir gün olması adına girişimleri olduğundan, 1930-1955 yılları arasındaki sayılar da incelenmiştir. Ancak bu yıllara ait sayılarda, Anneler Günü'ne dair anlamlı verilere ulaşılmamıştır.

² Barışçıl bir toplum için, anaerik bir toplumun varlığına ihtiyaç duyulduğuna yönelik bazı çalışmalar mevcuttur. Anaerik paradigmaya göre, anne değerleri üzerine inşa edilen bir toplum, daha barışçıl olacaktır (Goettner-Abendroth, 2012, ss. xvii-33). Dolayısıyla, barış ve silahsızlanma için anneliğin yüceltilmesi, bu açıdan düşünülebilir.

Araştırmada, öncelikle, “cinsiyetçi ikiyüzlülük” kavramı ele alınarak; geleneksel annelik kavramı ve Anneler Günü üzerine bir değerlendirme yapılmıştır. Daha sonra araştırmanın yöntemi üzerinde durulmuştur. Anneler Günü'ne dair literatür taramasına ve yönteme dair ayrıntılara değinildikten sonra veriler, gazete sayılarına göre tarihsel olarak analiz edilmiştir. Bu çerçevede cinsiyetçi ikiyüzlülük temelinde Anneler Günü, yeniden tartışmaya açılmıştır.

1. CİNSİYETÇİ İKİYÜZLÜLÜK KAVRAMI

Cinsiyetçi ikiyüzlülük, 2020'de literatüre kazandırılan ve cinsiyetçilik/toplumsal cinsiyet bağlamında ikiyüzlülüğün gönüllülük/rıza temelinde üretildiğini deşifre eden bilimsel bir kavramdır. Neredeyse her bireyin bir şekilde cinsiyetçi ikiyüzlülüğe maruz kalması ve bir başkasını buna maruz bırakması, kavramı daha da çarpıcı kılmaktadır. Nitekim cinsiyetçi ikiyüzlülüğün cinsiyeti yoktur ve aleni cinsiyetçilikten çok daha sinsidir. Dolayısıyla tutum ve davranışın, öz ile sözün yahut beyan ile pratiğin birbirine uymadığı durumlarda bireyde, çelişki³ ortaya çıkmaktadır. Bu durum, egemen sisteme biat etme durumuyla yakından ilişkilidir ve sözde muhalefet tarafından da içselleştirilmiştir. Üstelik eğitim, zekâ, sosyal ve kültürel sermaye arttıkça -tam tersi düşünülmesine rağmen- cinsiyetçi ikiyüzlülük de artmaktadır; zira birey, eğitim düzeyi yükseldikçe ve zekâ seviyesi ile içinde bulunduğu durumdan kolaylıkla çıkabilir (Yaraman, 2020, ss. 9-15; Tokdemir, 2023a, ss. 233-235). Toplum içerisinde kadının ikincil konumu ve bu konunun söylemde ve pratikte gönüllülükle yüceltilmesi, cinsiyetçi ikiyüzlülüğün temel meselelerinden biridir. Kadının aynı anda birçok işi gönüllülükle üstlenmesi, “Çocuk da yaparım kariyer de” söyleminin herkes tarafından övülmesi, evlilik ve çıkma teklifinin erkekten beklenmesi yahut Anneler Günü kutlamaları cinsiyetçi ikiyüzlülük kavramına dâhil olan örneklerdir (Tokdemir, 2021, s. 66).

Geleneksel annelik rolünün eleştirisi, cinsiyetçi ikiyüzlülük kavramının da odağındadır. Yaraman'ın (2019, ss. 8-9) vurguladığı üzere evlilik, annelik ve çocuk bakımına dair tüm normlar, ataerkil egemen söylemce belirlenmiştir. Bu normların gönüllülükle üstlenilmesi ve bireyin, “işine geleni” tercih etmesi, cinsiyetçi ikiyüzlülük kavramına birer örnektir. Özellikle modern kadının⁴ annelik anlayışı ve çocuk bakımına daha fazla duyarlı olmayı tercih etmesi de cinsiyetçi ikiyüzlülük olarak değerlendirilebilir.

Kadın, hamile kaldığı andan itibaren buna göre beslenir, hamile yogalarına yönelir, çocuk dünyaya gelmeden önce cinsiyet partileri yapar, kamusal alanda göbeğini ortaya çıkaran dar kıyafetler giyinir ve doğumdan hemen sonra bebeğini emzirir/emzirmesi beklenir. Esasen kadın, bu durumdan şikâyet etse dahi, ataerkil egemen sistemin geleneksel annelik rolüne -kimi zaman gönüllülükle- sıkıştırılır. Hays'ın (1996, ss.1-8) da işaret ettiği üzere, modernite ve sonrası⁵ yüceltilen annelik anlayışı,

³ Tutumun ve davranışın birbirine uymaması durumunda ortaya çıkan çelişki, Festinger'in A Theory of Cognitive Dissonance adındaki çalışmasıyla, 1957'de “bilişsel çelişki” olarak kuramsallaştırılmıştır. Bu kuram, tutarlılık kuramıdır. Birey, tutumuna zıt olan davranışına bir gerekçe ya da makul bir sebep öne sürmektedir. Bunu yapamadığı takdirde ise, tutumunu davranışına göre değiştirecektir; zira çelişen bilgi arttıkça çelişki de artmaktadır. Çelişkinin artması da bireyde, rahatsızlığa yol açacağından, bunu azaltma baskısı da artacaktır (Kağıtçıbaşı, 2010, ss. 170-171; Harmon-Jones ve Mills, 2019, ss. 3-4).

⁴ Modern kadının annelik anlayışından söz ederken, Catherine Hakim'in İngiltere'de yapmış olduğu araştırmaya değinebiliriz. Hakim (2006, ss. 289-299), yürüttüğü araştırmada, 21. yüzyılda üç kadın tipinden söz edilebileceğini vurgular. Burada bahsi geçen modern kadın (adaptive women), uyum sağlayan kadın şeklinde tanımlanır. Başka bir deyişle, bu kadın tipi, kadınlar arasında çoğunluğu oluşturur ve ev ile iş yaşamı birleştirirler. Çocuk sahibi olduklarında ise, evlerine ve çocuklarına vakit ayırabilmek için yarı zamanlı işlere yönelebilirler.

⁵ Kadın hareketleri, moderniteden etkilenmiştir. Modernite ile birlikte kadınlar eğitim hakkı, çalışma yaşamı, siyasi ve medeni haklar gibi çeşitli kazanımlarla erkeğe eşitlenmiştir. Kentleşmenin de etkisiyle iş gücü katılımı ve okullaşma ile kadınlar, kamusal alanda daha fazla görünür olmuşlardır. 21. yüzyılın ortalarına doğru ise, modernitenin eleştirisi ile cinsiyetçi değerler sorgulanmıştır. Öyle ki modernitenin “tek tip” anlayışı eleştirilmiş ve ‘fark’ vurgusu ön plana çıkmıştır. Bu ortamda hem kamusal alanda çalışan hem de ev içi sorumluluklarını yerine getiren kadın, idealize edilmiştir (Yaraman, 2020, ss. 45-46).

“yoğun annelik ideolojisi” şeklini almıştır. Bu ideolojiye göre, anneler; tüm zamanlarını, paralarını ve enerjilerini çocuğunun/çocuklarının ihtiyaçlarına göre planlamalıdır. Anneler Günü’nde gazetelerde, dergilerde ve televizyonlarda geniş çaplı yer bulan reklamlar -ideal annelik anlayışını merkeze alarak- kadınları, gönüllü/gönülsüz bir biçimde tüketmeye yönlendiren yoğun annelik ideolojisini desteklemektedir. İdeal anne, çocuğu için sağduyulu olmalı ve en iyisini düşünmelidir. Bu bakımdan, yeteri kadar iyi anne olma konusuna eğilen Moore’un (1996, s. 56) da ifade ettiği üzere, annelik ideolojisi pratik anlamda farklılaşsa da, kadınlar üzerinde belirgin bir baskıya neden olur. Egemen sisteme uymayan kadınlar ise, ağır bedeller ödemek zorunda kalırlar. Toplum başarılı gördüğü iyi, fedakâr, merhametli, şefkatli anneyi kutsallaştırmaya ve yüceltmeye hazırdır. Bu görevi layıkıyla yerine getiremeyen anne, yeterince “iyi anne” olmamakla suçlanacaktır (Badinter, 1992, s. 219). Yaraman (2020, s. 56), bu durumu, annelik kimliğine kısıtlanan kadının geleneksel annelik rolünün/görevini bir zafer gibi gönüllülikle üstlenmesini, ataerkinin başarılı bir “rövanşı” olarak ifade etmektedir. Bununla birlikte, “Çocuk sayısının önemli düşüşü kadının annelik rolünün bir üstünlük gibi sunulup; onun en önemli görevinin/işlevinin annelik olduğu sadece ataerkil bir söylem olarak değil; feminist bir söylem olarak da savunulabilmekte ve kabul görmektedir,” şeklindeki tespitini de ekler. Dolayısıyla neredeyse toplumun her kesimi tarafından kutsallaştırılan annelik, tüketim toplumu bağlamında bir gösteriş yarışı hâline gelmekte ve çocuğu da nesneleştirmektedir. Hoş geldin bebek (babyshower) partisi, diş partisi, bebek mevlidi, sünnet kınası ve doğum günü partileri bu sava örnektir.

Diğer yandan Anneler Günü’nde, “Cennet annelerin ayaklarının altındadır” söylemiyle geleneksel anneliğe dair norm ve değerlerin kutsallaştırılması, cinsiyetçi ikiyüzlülük kavramına önemli bir örnektir. Bu özel günde annelik sevgisi ve fedakârlığı vurgulanarak bireyler, tüketime yönlendirilmektedir. Medya/sosyal medya aracılığıyla bugüne dair yapılan kutlamalar anneliğin önemini vurgularken tüketime yönelik içerikler ile bireyler, anneleri için tüketim mallarını satın almaya yönlendirilirler. Baudrillard’ın (2021, s. 16) işaret ettiği üzere, bu tüketim çılgınlığı hizmetlerin, nesnelerin ve maddi malların çoğaltılmasıyla artmıştır.

Kapitalizmin tüketim odaklı anlayışı, hayatın her alanında -bu çalışmanın da ana hattını oluşturan Cumhuriyet Gazetesi’nde de- yer bulmuştur. Tüketim toplumunun amacı; hem tüm ihtiyaçlar psikolojisini egemenlik altına almak hem de tüketiciye bir işlevsellik kazandırmaktır (Baudrillard, 2020, s. 244). Bu bakımdan, Anneler Günü’nde bireyler tüketime yönlendirilirken, kendilerini ve annelerini ayrıcalıklı ve özel hissettirecek hediyeler satın alır. Dolayısıyla anneler -ve çocuk(ları)- piyasanın elverişli birer muhatabı hâline gelirken (Tokdemir, 2023b, ss. 216-217); geleneksel annelik kavramına dair eleştirel bir tutum/tavır sergilense de annelik kavramı belirgin bir şekilde yüceltilmektedir. Nitekim kadınlar yıllar içinde giderek annelik kimliği ile tanımlanmaktadırlar. Üstelik annelik, kadın hayatının merkezinde yer alarak ataerkil sistemin bir baskı aracı hâline gelmektedir.

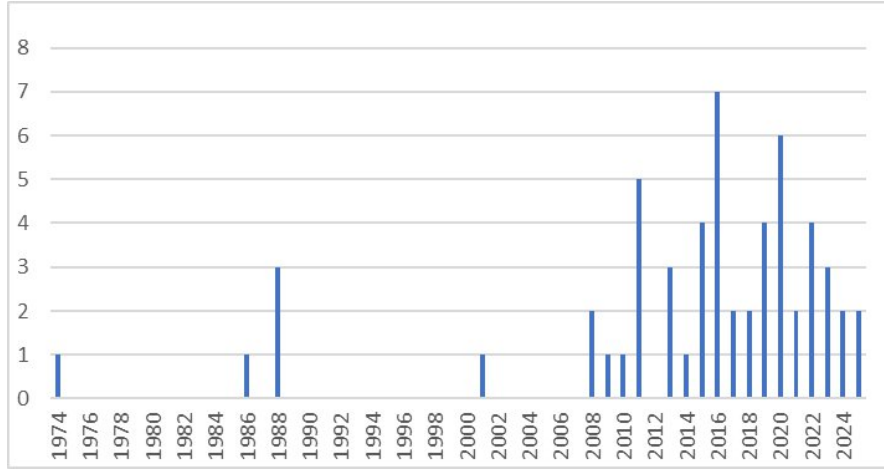
2. ANNELER GÜNÜ KONULU ÇALIŞMALAR

Anneler Günü konulu akademik çalışmalara yönelik literatür taraması kapsamında Web of Science (WOS), Scopus, TRDizin ve YÖK Ulusal Tez Merkezi veri tabanları incelenmiştir. Tarama süreci, bibliyometrik analiz⁶ yöntemiyle yürütülmüş olup, elde edilen veriler çalışmalara ilişkin nitelik ve nicelik açısından değerlendirilmiştir. Veri tabanlarında alanla ilişkili olacak şekilde sosyoloji, psikoloji, siyaset bilimi, tarih, medya çalışmaları ve kadın çalışmaları içerikli yayınlar taranmıştır. Web of Science veri tabanında 2000-2023 yılları arasında toplamda 16 çalışmaya ulaşılmış; bunların 14’ü makale, 2’si ise, bildirilerden oluşmaktadır. Scopus veri tabanında ise, 1974-2025 yıllarını kapsayan dönemde 36 makale, 3 kitap, 17 kitap bölümü ve 1 konferans bildirisi tespit edilmiştir. Ulusal veri tabanlarından

⁶ Bibliyometrik analiz, belirli bir konuda/alanda üretilen yayınların hangi kurumlar ve kişiler tarafından yayınlandığına dair sayısal analizidir. Ayrıntılı bilgi için bkz. TÜBİTAK Cahit Arf Merkezi, <https://cabim.ulakbim.gov.tr/bibliyometrik-analiz/>

TRDizin'de yalnızca 5 makale yer alırken, YÖK Ulusal Tez Merkezi'nde 1997-2022 yılları arasında Anneler Günü konulu, toplam 23 lisansüstü tez çalışmasına ulaşılmıştır. Bu veriler, konunun gerek ulusal gerekse de uluslararası düzeyde sınırlı sayıda çalışmaya konu olduğunu, özellikle tez ve kitap bölümleri üzerinden ele alındığını ortaya koymaktadır. Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, yıllara göre sayılarının az olduğu da görülebilir. En fazla yayının yer aldığı Scopus veri tabanında, yıllara göre Anneler Günü konulu çalışmaların grafiği şu şekildedir:

Grafik 1. Scopus veri tabanında yıllara göre Anneler Günü konusunda yapılan çalışmalar



Scopus veri tabanında, Anneler Günü konulu akademik yayınların yıllara göre dağılımı incelendiğinde, 1970'lerden itibaren sınırlı da olsa çalışmalar olduğu anlaşılmaktadır. Ancak grafiğe bakıldığında, bu konuda üretilen çalışmalardaki artışın 2010 yılından sonra olduğu görülmektedir. 1974 yılında yalnızca tek bir yayının yer aldığı veri tabanında, 1986 ve 1988 yıllarında da benzer şekilde az sayıda yayına rastlanmaktadır.

2007 yılına kadar konuya ilişkin üretilen çalışma, oldukça azdır. 2011'den itibaren yayın sayısında düzenli bir artış gözlenmektedir. Özellikle 2016 yılında yayın sayısı 7'ye ulaşmış; daha sonraki yıllarda ise, yayın sayısı düşüşe geçmiştir. 2012-2024 arasındaki dönem, "Anneler Günü" konusunun akademik çevrelerde daha fazla ilgi gördüğü bir dönem olarak öne çıkmaktadır. Bu yıllarda her yıl en az bir yayının üretilmiş olması, konunun daha fazla çalışıldığını gösterse de son yıllarda sayının yeniden azalma eğilimine girdiği de anlaşılmaktadır. Bu veriler, Anneler Günü konulu çalışmaların sayıca son derece sınırlı olduğunu; gerek ulusal gerekse de uluslararası veri tabanlarında ulaşılan yayın sayılarının düşüklüğü, konunun akademik literatürde yeterince incelenmediğini göstermektedir.

Görsel 1. Kelime bulutu (Scopus)



Scopus veri tabanında yer alan yayınlar incelendiğinde, Görsel 1’de görüleceği üzere, konu bazlı en sık kullanılan kelimelerin “motherhood” (annelik), “fatherhood” (babalık), “gender” (toplumsal cinsiyet), “family” (aile), “culture” (kültür) ve “mother’s day” (anneler günü) şeklinde sıralandığı görülmektedir. Bu kelimeler, Anneler Günü’nün toplumsal bir anlam taşıdığını göstermektedir. “Gift” (hediye), “consumer behaviour” (tüketici davranışı), “consumer society” (tüketim toplumu) ve “department store” (alışveriş merkezi) kelimeleri ise, bu özel günün ticarileşme boyutuna ve tüketim toplumu ile ilişkisine işaret etmektedir. Bu araştırma bağlamında değerlendirildiğinde, Cumhuriyet Gazetesi üzerinden anneler günü, annelik, toplumsal cinsiyet ve tüketim toplumu kavramları; cinsiyetçi ikiyüzlülük kavramı ile bir arada alınarak literatüre katkı sağlanacaktır.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Yöntemi ve Önemi

Nitel araştırma yönteminin benimsendiği bu çalışmada, “annelik” kavramı odağa alınarak, toplumsal değişmeyi tespit edebilmek için “Anneler Günü”, analiz birimi olarak seçilmiştir. İçerik çözümleme kategorisi ise, Anneler Günü’nde basılan Cumhuriyet Gazetesi sayılarında yer alan haberlerin ve konuya bakış açılarının analizine dayanmaktadır. İçerik analizi tekniği ile incelenen bu sayılar 1955’ten itibaren basılan gazete sayılarını içermektedir. Zira Türkiye’de, Anneler Günü, özellikle bu tarihten itibaren kutlanmaya başlamış ve başlangıçta dar bir çerçevede olmasına rağmen, giderek daha da yaygınlaşmıştır. Bu tarihten beri Anneler Günü hem özel bir kutlama alanı olmuş hem de ticari ve tüketim odaklı bir etkinlik/kutlama olarak da gazetelerde sıkça yer almıştır. Yapılan literatür taraması sonucunda ise, Anneler Günü’ne dair çalışmaların eksik olduğu anlaşılmıştır. Araştırmanın önemi de burada ortaya çıkmaktadır. Nitekim geleneksel anneliğe dair açmazları araştırma tarihlerine denk gelen bu gazete üzerinden analiz etmek; toplumsal bir çözümlemeyi de gerekli kılmaktadır. Bu kapsamda, 1930-1955 yıllarına da kısaca göz atılarak; 1955-1984 ve 1984-2025 tarih aralıklarını içerecek biçimde veriler analiz edilmiştir.

3.2. Araştırma Süreci ve Verilerin Toplanması

Araştırmaya başlarken, ilk olarak, Cumhuriyet e-Gazete Arşivi'ne erişim sağlanmıştır. Cumhuriyet Gazetesi e-Arşiv'de 1930 tarihinden günümüze gazete sayıları yer alsa da, Anneler Günü Türkiye'de 1955'ten itibaren kutlandığından, bu sayılar kısıtlı bir biçimde incelenmiştir. Her yıl Anneler Günü'ne rastlayan (Mayıs ayının ikinci haftası, Pazar günü) basımları/sayıları incelenmiş, 1955-2025 yılları arasında bu güne dair gazete sayıları taranmıştır. Bazı yıllarda ilgili gazete nüshası arşivde yer almadığından ve bazı yıllarda da gazete sayısı olmasına rağmen bu güne dair haber olmadığından, aşağıdaki tablo bu bilgilere göre hazırlanmıştır. Dolayısıyla araştırmanın sınırlılıkları, arşivde yer alan/almayan gazete sayılarına göre çizilmiştir. Tablo 1'de, gazeteye ait 69 sayı bulunmaktadır.

Tablo 1. Tarihsel Olarak Cumhuriyet Gazetesi'nde Anneler Günü (1955-2025)

YIL	GÜN	DURUM	1978	14 Mayıs	Haber Yok	2002	12 Mayıs	Haber Var
1955	8 Mayıs	Haber Var	1979	13 Mayıs	Haber Var	2003	11 Mayıs	Haber Var
1956	13 Mayıs	Arşiv Yok*	1980	11 Mayıs	Haber Yok	2004	9 Mayıs	Haber Var
1957	12 Mayıs	Haber Yok	1981	10 Mayıs	Haber Yok	2005	8 Mayıs	Haber Var
1958	11 Mayıs	Haber Var	1982	9 Mayıs	Arşiv Yok*	2006	14 Mayıs	Haber Var
1959	10 Mayıs	Haber Var	1983	8 Mayıs	Arşiv Yok*	2007	13 Mayıs	Haber Var
1960	8 Mayıs	Arşiv Yok*	1984	13 Mayıs	Haber Var	2008	11 Mayıs	Haber Var
1961	14 Mayıs	Haber Yok	1985	12 Mayıs	Haber Var	2009	10 Mayıs	Haber Var
1962	13 Mayıs	Arşiv Yok*	1986	11 Mayıs	Haber Var	2010	9 Mayıs	Haber Var
1963	12 Mayıs	Haber Var	1987	10 Mayıs	Haber Var	2011	8 Mayıs	Haber Var
1964	10 Mayıs	Haber Yok	1988	8 Mayıs	Haber Var	2012	13 Mayıs	Haber Var
1965	9 Mayıs	Haber Var	1989	14 Mayıs	Haber Var	2013	12 Mayıs	Haber Var
1966	8 Mayıs	Haber Var	1990	13 Mayıs	Haber Var	2014	11 Mayıs	Haber Var
1967	14 Mayıs	Haber Var	1991	12 Mayıs	Haber Var	2015	10 Mayıs	Haber Var
1968	12 Mayıs	Haber Var	1992	10 Mayıs	Haber Var	2016	8 Mayıs	Haber Var
1969	11 Mayıs	Haber Var	1993	9 Mayıs	Haber Var	2017	14 Mayıs	Haber Var
1970	10 Mayıs	Haber Var	1994	8 Mayıs	Haber Var	2018	13 Mayıs	Haber Var
1971	9 Mayıs	Haber Var	1995	14 Mayıs	Haber Var	2019	12 Mayıs	Haber Var
1972	14 Mayıs	Haber Var	1996	12 Mayıs	Haber Var	2020	10 Mayıs	Haber Var
1973	13 Mayıs	Haber Yok	1997	11 Mayıs	Haber Var	2021	9 Mayıs	Haber Var
1974	12 Mayıs	Haber Var	1998	10 Mayıs	Haber Var	2022	8 Mayıs	Haber Var
1975	11 Mayıs	Haber Yok	1999	9 Mayıs	Haber Var	2023	14 Mayıs	Haber Var
1976	9 Mayıs	Haber Yok	2000	14 Mayıs	Haber Var	2024	12 Mayıs	Haber Var
1977	8 Mayıs	Haber Yok	2001	13 Mayıs	Haber Var	2025	11 Mayıs	Haber Var

Kaynak: Cumhuriyet e-Gazete Arşivi

Arşiv Yok* bilgisi, Cumhuriyet Gazetesi'nde o tarihe ait gazete sayısının olmadığı anlamına gelmektedir. Türkiye'de, resmi olarak 5 Mayıs 1955 yılında Anneler Günü resmileşmiş ve 8 Mayıs 1955'te kutlanmaya başlanmıştır. Bu nedenle tablo, bu tarihe paralel olacak şekilde hazırlanmıştır.

Tablo 1'de, 1955-2025 tarihlerini kapsayan dönemde Cumhuriyet Gazetesi'nde yer alan Anneler Günü haberleri "Haber Var", "Haber Yok", "Arşivde Yok" şeklinde sıralanmıştır. Tabloda, "Haber Var" bilgisi (bir ve birden fazla haber) Anneler Günü'ne dair haberin var olmasıyla ilişkilidir. Bu bakımdan, bazı yıllarda (özellikle 1984 yılları ve sonrası) gazetede çok sayıda haber yer almaktadır ancak bu haberlere dair genel değerlendirme, araştırmanın ilerleyen kısımlarında analiz edilmiştir.

1. VERİLERİN ANALİZİ: CİNSİYETÇİ İKİYÜZLÜLÜK TEMELİNDE ANNELER GÜNÜ'NÜ YENİDEN TARTIŞMAK

Veriler, gazetede yer alan haberlerin içeriği ve yoğunluğuna göre sınıflandırılmıştır. Verilerin analizi, toplumsal meseleleri de gözeterek tarih aralıklarına göre belirlenmiştir. Böylelikle, Anneler Günü'ne dair Cumhuriyet Gazetesi'nde en çok işlenen başlıklar ve temalar incelenerek, veriler analiz edilmiştir. Cumhuriyet Gazetesi, 1924 yılında yayın hayatına başlamıştır. Türkiye'de, tek partili dönemin (1923-1945) iktidarda olduğu bu yıllarda gazete, 7 sayfadan oluşmakta ve Cumhuriyet'in, toplumun her kesimine ulaşması hedeflenmektedir (Kaya Emre, 2010, ss. 76-77). Örneğin, 1 Ocak 1930 sayısında siyasi meselelere yer verildiği gibi memleket haberlerine, karikatürlere ve reklamlara da yer verilmiştir. Dolayısıyla reklamların gazetedeği yeri, her dönem mühim olmuştur. Hatta gazetenin sayfa sayısı az olsa dahi reklamlara yer verilmiş; 1930'dan itibaren de küçük ilanlara yer ayrılmıştır (Köktener, 2005, s. 25). Bu yıllarda Anneler Günü, Türkiye'de henüz kesin ve resmi bir tarihte kutlanmamaktadır. Ancak bu yıllara ait arşivde bulunan sayılar da incelenmiş, Anneler Günü'ne dair haber veya reklama/reklamlara rastlanmamıştır. Dünya genelinde Anneler Günü'nün resmi olarak ne zaman kutlandığına dair farklı görüşler/bilgiler mevcuttur. Ancak resmi olarak, 8 Mayıs 1914'te (Mayıs ayının ikinci pazar günü) ABD'de kutlanmaya başlanmıştır. Bu karar, daha sonra diğer ülkelere de yayılmıştır. Türkiye'de ise, 1930'lu yıllarda kutlanmaya başlansa da (başlangıçta Temmuz ve Nisan ayları), başlangıçta görünür değildir ve 1955'e kadar kutlanılan günler/tarihler farklılık göstermiştir. Daha sonra Türk Kadınlar Birliği'nin⁷ girişimiyle, 5 Mayıs 1955'te resmileşmiştir (Karaman ve Aktaş, 2021, ss. 244-245; NTV, 10 Mayıs 2025).

İncelenen gazete sayılarında, 1930-1955 yılları arasında Anneler Günü'ne dair içeriklerden ziyade "kadın" yoğunluklu içerikler yer almaktadır. Örneğin, 6 Nisan 1930 sayısında, "Kadın" başlıklı sayfada, Anneler Günü kutlanmasa da moda, yemek tarifi, diyet ve çocuk bakımı ile ilgili haberler yer almaktadır. Özellikle de Türk Kadınlar Birliği ve faaliyetlerine dair haberler de ilk sayfalarda yer almaktadır. Esasen bu durum, Anneler Günü'nün dönemin toplumsal yapısında kültürel anlamda henüz bir yer edinmediğini göstermektedir. Aynı zamanda, dönemin medyasının kadınlara ve özellikle annelere yönelik temsil pratiklerinin sınırlı olması, toplumsal olarak Anneler Günü'nün henüz kabul görmediğini de ortaya koymaktadır.

4.1. 1955-1984 Yılları: Anneliğe Dair Norm ve Değerlerin Yüceltilmesi⁸

1950'de iktidarın el değiştirmesi ile birlikte çok partili hayata⁹ geçilmiş, yalnızca siyasi alanda değil; ekonomi alanında da değişimler yaşanmış ve sermayenin ağırlığı hissedilmeye başlanmıştır. Bu yıllarda, Cumhuriyet Gazetesi'nin tirajı da oldukça yüksektir (Kaya Emre, 2010, s. 78). 1946 yılında Demokrat Parti'nin (DP) kurulmasıyla birlikte Cumhuriyet Gazetesi, hem muhalefetle hem de iktidarla iyi geçinmeye çalışmıştır. DP'nin iktidara gelmesinin ardından siyaseten konumunun belirginleşmesiyle (örneğin, din derslerinin müfredata eklenmesi gibi) iktidar ve gazete arasındaki ilişkiler, farklı bir noktaya taşınmıştır (Köktener, 2005, ss. 77-80).

Anneler Günü kutlamalarına bakıldığında ise -bu gün dünyada farklı tarihlerde kutlanıyor olsa da- Türkiye'de, Batı ile uyumlu bir tarih seçilmesi dikkat çekicidir. İkinci Dünya Savaşı sonrası Türk dış politikasının temel ekseninin NATO'ya (North Atlantic Treaty Organization-Kuzey Atlantik Antlaşması) yönelmesi ve başta ABD olacak şekilde Türkiye'nin, Batı ülkeleriyle aynı safta yer alması bu konuya ışık

⁷ Bkz. Türk Kadınlar Birliği. <https://www.turkkadinlاربirliğı.org/tr/>

⁸ 9 Mayıs 1982 ve 8 Mayıs 1983 yılına ait sayılar, Cumhuriyet e-Gazete Arşivi'nde yer almamaktadır.

⁹ Nitekim Cumhuriyet Gazetesi Başyazarı Nadir Nadi (1999, s. 15), 5 Haziran 1960 tarihli başyazısında, 1950 Seçim Kanunu'nu, "Atatürk devrimlerinin amaç bildiği Batı medeniyeti çerçevesinde insan haklarına dayanan (...)" şeklinde tanımlamıştır.

tutmaktadır. Öyle ki DP hükümeti de dönem içerisinde Batı bloğunun dışında kalmanın mümkün olmadığı kanaatindedir. Fransa, İngiltere, Türkiye, Filipinler ve Japonya'da da Anneler Günü'nün benzer yıllarda resmileşmesinde, ABD ile olan ilişkiler mühim olmuştur. Dolayısıyla İkinci Dünya Savaşı sonrası iki kutuplu dünyanın, siyasal bağlamda olduğu gibi toplumsal ve kültürel bağlamda da yeniden yapılanmaya etki etmesi kaçınılmaz olmuştur (Sönmezoğlu, 2016, ss. 40-41). Hatta Japonya ve Filipinler gibi ABD'nin savaş sonrası işgal ettiği bölgelerde, Anneler Günü'nün yine benzer tarihlerde resmileşmesi, ABD'nin kültürel hegemonya politikasının bir sonucudur (Dower, 1999, s. 217). Oysa Rusya'da, anneliğin toplumsal önemini artırmak amacıyla, 1998'de Anneler Günü resmen kutlanmaya başlamıştır (Haberrus, 22 Temmuz 2025). Söz konusu toplumsal ve kültürel değişme, Birinci ve İkinci Dalga Kadın Hareketleri'ni de etkilemiştir. Birinci ve İkinci Dünya Savaşları, kadınların işgücü piyasasına katılmasını hızlandırmış; kadının, medeni ve siyasal haklar ile erkeğe eşitlenmesi sağlanmıştır. Burada dikkat çeken sonuç, kadının rolünün, "toplumsal annelik" sıfatıyla yeniden tanımlanmasıdır (Yaraman, 2008, s. 831). Bu bakımdan, 1950'li yıllardan itibaren Anneler Günü içeriklerinin medyada belirginleşmeye başladığı dönemde annelik, büyük ölçüde idealize edilen bir olgu olarak sunulmuştur. Gazete haberlerinde "fedakârlık", "sevgi" ve "kutsallık" temaları hâkimdir. "Anacığım" şiiri, "Anneciğim" mektubu gibi duygu yoğunluklu içerikler ile annelik kutsallaştırılmakta; "ideal anne" tanımlamaları ile geleneksel anneliğe dair norm ve değerler yüceltilmektedir. Dolayısıyla kadınlar, toplumun annesi olarak, övülmektedirler.

Görsel 2. Anneler Günü haberi (8 Mayıs 1955)



Kaynak: Cumhuriyet e-Gazete Arşivi

Gazetenin, 11 Mayıs 1958 sayısında, "Annelere Müjde Eğilmez Mağazası" isimli bir markanın reklamının yer aldığı görülmekte ve bu reklamın, Anneler Günü'ne yönelik ilk reklam olduğu anlaşılmaktadır. Aynı zamanda daha sonraki yıllarda, gazetede yer alan bankaların (Anadolu Bankası, Türkiye Halk Bankası gibi) kutlama ilanlarıyla birlikte annelik kavramı, ticarileşmeye ve piyasaya hitap etmeye başlamıştır. Ancak bu süreçte annelik, daha çok ev içi rollerle özdeşleştirilmiş, annelerin toplumsal üretim süreçlerindeki yeri ile birlikte duygusal emeklerine de sıklıkla vurgu yapılmıştır. 10 Mayıs 1959'da "Anneler Günü" ile ilgili haberde şöyle yazmaktadır: "Dünya Anneler Günü bugün kutlanacaktır. Bu münasebetle dün şehrimiz okullarında öğretmenler, derslerinin ilk saatini <<Anneler Günü>> konusuna hasredilmiştir."

1960-1970 yıllarında, Anneler Günü kutlamaları dünyada giderek yayılsa ve Cumhuriyet Gazetesi'nde 1984 yılına kadar bu güne dair içerikler yer bulsa da bu içeriklerin ve haberlerin ender görüldüğü tespit edilmiştir. Özellikle “fedakâr anne”, “anneliğin önemi” ve “yılın annesi” gibi konular ön plandadır. Bu yıllarda, feministlerin annelik kavramına bakış açlarına değinmek gerekmektedir; zira anneliği yücelten toplumsal normlar karşısında feministler, bir kurum olarak anneliğin baskıcı doğasını eleştirmişlerdir. Bazı feministler, kadınların ya ataerkil egemen söylemin baskıcı annelik söylemini reddetmesini ya da kadınlık ve annelik arasındaki ilişkiyi merkeze alan (Ferguson, 1986, s. 7) bir pozisyonda yer almaları gerektiğini savunmuşlardır. Dolayısıyla örneğin, Mitchell (1973, s. 174) gibi feministlerin anneliğin baskıcı doğasını eleştirmesi, feministlerin çocuk düşmanı bir pozisyonda yer aldığına dair görüşleri beslemiştir. Bu iki pozisyona dair fikirler, daha sonra “fark” olgusu çerçevesinde başka bir aşamaya taşınmıştır.

Gazetenin, 12 Mayıs 1963'teki sayısında, “Dünya Anneler Günü bugün 43 memlekette kutlanıyor” haber başlığı ile yayınlanan haberde şöyle yazılmıştır:

“Bu münasebetle memleketimiz ilkokullarında da bu konu işlendi ve <<Ana fedakârlığı>> belirtildi. Çocuklar, kendileri için büyük fedakârlıklara katlanan annelerine harçlıklarından artırdıkları para ile aldıkları küçük hediyeleri vereceklerdir. Onlar bu hareketleriyle, kendilerine büyük emekler vermiş olan annelerine minnet ve şükran borçlarını ödemekten ötede sevgi ve bağlılıklarını belirteceklerdir. 1914 yılından itibaren Amerika'da kutlanmaya başlayan Anneler Günü, 1955'den itibaren memleketimizde de geleneksel bir şekilde anılmaya başlamıştır. (...)”

Bu haberde ön planda olan, annenin fedakârlığıdır. Bireyler tüketime yönlendirilmekten ziyade çocukların harçlıklarını biriktirerek annelerine ufak hediyeler alacağı bilgisi verilmektedir. Gazetenin 12 Mayıs 1968'deki sayısında ise, Anneler Günü haberlerine daha fazla yer ayrılmıştır. İlk sayfasında, “ANNELEER GÜNÜ Cumhuriyet'in anketinde Nebahat Dirin, 'Yılın Anası' seçildi” başlığıyla, Anneler Günü'nün tarihi ve duygusal önemine yer verilmiştir. Daha sonraki yıllarda da “Yılın Annesi” haberleri ve ödülleri sıkça yer almıştır. Söz konusu haberlerde, anneliğe yönelik bir yüceltmenin olduğu, alenidir. Friedan'ın (1983, s. 29), kadınların anne olmak istemesindeki gizemi çözümlemeye çalıştığı Kadınlığın Gizemi (1963) isimli yapıtındaki “Kadınca mutluluğun sırrı çocuk sahibi olmaksızın, seçme özgürlüğüne sahip bunca kadının, böylesi kısa sürede, böylesine seve seve, bu kadar çok çocuk doğurduğu görülmemiştir” sözleri, bu yıllarda annelik kavramının önemini ve dönemin zihniyetini anlamak açısından mühimdir. Aynı zamanda Friedan (1983, s. 18), kadınların “[b]aşlıca istekleri kusursuz birer eş ve anne olmak, beş çocuk doğurup güzel bir evde oturmakta,” sözleriyle, annelik konusundaki egemen sisteme itaat etmenin ve anneliğin kadına haz veren bir rol olduğunu ortaya koymaktadır. Nitekim feministler tarafından da kadınların elde ettikleri haklarla/kazanımlarla birlikte, kadınların “farklılıkları” ile ve hatta isterlerse annelik kimliği ile var olabilecekleri savunulmuştur. Nitekim eşitsizliğin çözümünün, sadece anne olarak değil kadın olarak da değer görmeleriyle ve bunun da cinsiyet farklılığının tanınmasıyla mümkün olabileceği savunulmuştur (Badinter, 2011, s. 61; Irigaray, 2006, ss. 9-10).

Tablo 1'e bakıldığında, 1970-1984 yıllarında, Türkiye toplumsal, ekonomik ve siyasi anlamda sancılı bir süreç içinde olduğundan, bu yıllarda neredeyse Anneler Günü ile ilgili paylaşımın olmadığı; az sayıdaki paylaşımların ise, anneliği yücelten ve kutsallaştıran içerikte olduğu anlaşılmaktadır. Gazetenin 14 Mayıs 1972 sayısının ilk sayfasında, Anneler Günü için “yılın annesi”, “anneler derneği”, “iyi evlat” ve “ideal anne” şeklinde başlıkların olduğu haberler mevcuttur. Yazar Fikret Dağlıoğlu'nun “ÇOCUKLAR 'İDEAL ANNEYİ' TANIMLADI” başlıklı yazısı dikkat çekicidir:

“Bugün ANNELER GÜNÜ... Çocukların, anneliğin kutsal şanına uygun ve şükran hislerini belirten ufak-tefek hediyeleri, onların kucağına bıraktıkları gündür bugün... Anneler, çocuklarınızın aldıkları hediyeleri mutluluk ve gururla açarken, hiç <<Çocuğunuz nasıl bir anne istiyor?>> diye düşündünüz mü?”

Bu haberde, ideal anne tanımı, kutsallık ve anne-çocuk ilişkisi üzerinden sorgulanmıştır ancak bu sorgulama, eleştiriden öte yüceltilen anneliğin pekiştirilmesidir. Nihayetinde, 1955-1984 yılları arasında Anneler Günü kutlamalarının, tüketim odaklı ve eleştirel bir perspektifte olmadığı, veri analizi neticesinde ise, cinsiyetçi ikiyüzlülüğe örnek oluşturmadığı anlaşılmaktadır.

4.2. 1984-2025 Yılları: Eleştirel Perspektifler ve Cinsiyetçi İkiyüzlülük

Anavatan Partisi'nin (ANAP) 1983'te iktidara geldiği yıllarda, bir yandan kimlik politikaları gündemde iken; diğer yandan sermayenin ağırlığı giderek artmış ve aynı zamanda basın için de bir dönüm noktası yaşanmıştır. 1979'dan itibaren ekonomik bunalım hem halkı hem de sermaye sınıfını etkilemiş; “24 Ocak kararları” isimli istikrar programı, ANAP genel başkanı Turgut Özal tarafından desteklenmeye başlanmıştır. 24 Ocak 1980'de yürürlüğe giren bu neo-liberal program, ekonomiye damgasını vurmuştur. Türkiye'nin ekonomi politikasında bir kırılma noktası olan bu yılları sermayenin karşı saldırısı olarak değerlendiren Boratav (2011, ss.147-152), aynı zamanda bu yılları “ANAP yılları” (1984-1988 yılları) olarak adlandırmıştır. Nitekim sermayenin ANAP'ın ideolojisine ve programına dâhil olması hedefi, bu yıllara tekabül etmektedir. Sermayenin yeniden şekillendiği ve ekonomi politikaları üzerindeki hâkimiyetinin giderek arttığı bu yıllarda, basın da ciddi bir para sıkıntısı içinde olduğundan, çoğunlukla reklam alan gazeteler varlığını sürdürebilmiştir. Dolayısıyla Cumhuriyet Gazetesi de bu yeni ekonomik koşullara daha fazla direnememiş (Kaya Emre, 2020, s. 82) ve renkli ilanlara yer vermeye başlamıştır. Bu konuyla ilgili, Cumhuriyet Gazetesi yazarı Hasan Cemal (2015, s. 80), bir okurun mektubunu aktararak renkli ilanların siyasi meselelere kıyasla daha fazla yer almasını bir dönüm noktası olarak nitelendirmiştir. Bu araştırma kapsamında da değerlendirildiğinde, Anneler Günü'ne dair haberlerin ve reklamların da yoğunlukta (Tablo 1 ve Tablo 2) olduğu tespit edilmiştir.

Veriler analiz edildiğinde, Cumhuriyet Gazetesi'nde yer alan eleştirel Anneler Günü içeriklerinin de ataerkil egemen söylemi yansıttığı ve pekiştirdiği anlaşılmaktadır. Bir yandan annenin fedakârlığı, anneliğin önemi, Cumartesi Anneleri paylaşımları varken diğer yandan çeşitli tüketim markalarının Anneler Günü kutlamalarına geniş yer verilmiştir. Dolayısıyla burada, cinsiyetçi ikiyüzlülüğü tespit etmek mümkündür; zira bir yandan toplumsal, ekonomik ve siyasi eleştiriler ile annelik yüceltilirken diğer yandan marka kutlamaları neticesinde bireyler, tüketime yönlendirilmektedir. Neo-liberal politikalar temelinde annelik, sembolik olarak tüketim üzerinden pazarlanmaktadır. Bu çerçevede araştırmanın bu kısmında, Anneler Günü'ne ilişkin tüketime yönelik içerikler ve eleştirel bakış açıları cinsiyetçi ikiyüzlülük bağlamında değerlendirilmiştir.

4.2.1. Tüketime Yönelik İçeriklerin Yoğunlaşması

Bu dönemde Anneler Günü, birçok özel sektör aktörünün (Vodafone, Arçelik, Ford, Boyner, vb.) reklam kampanyaları aracılığıyla ticarileştirilmiştir. Ürün odaklı mesajlarla annelik, kapitalizmin tüketim toplumu mantığıyla birleşmiş; “annelere hediye alınması gerektiği” vurgusu, annelik pratiğini bir tüketim normuna dönüştürmüştür. Aynı zamanda televizyon kanalları, gazeteler ve dergiler bu dönemde özel içerik dosyaları ve yarışmalar (“Yılın Annesi”, “Anne dopdolu” gibi) aracılığıyla anneliği medyatik bir olguya da dönüştürmüştür. Günümüzde ise, özellikle sosyal medyada yapılan paylaşımlar, anneliğin, reklamlar ve ürün tanıtımları üzerinden medyatik bir olgu olmasına önemli bir örnektir.

Tablo 2. Cumhuriyet Gazetesi'nde Tüketime Yönelik Anneler Günü Kutlamaları (1984-2025)

YIL	GÜN	MARKA / REKLAM İÇERİĞİ
1984	13 Mayıs	Garanti Bankası'nın kutlaması
1985*	12 Mayıs	-
1986*	11 Mayıs	-
1987*	10 Mayıs	-
1988*	8 Mayıs	-
1989	14 Mayıs	Pfizer'in Nöb. Anne kutlaması
1990	13 Mayıs	Parizien/Müjde çorap markasının kutlaması
1991	12 Mayıs	Pembe ve Mavi Bebek bakım ürünü markasının kutlaması
1992*	10 Mayıs	-
1993*	9 Mayıs	-
1994*	8 Mayıs	-
1995*	14 Mayıs	-
1996*	12 Mayıs	-
1997	11 Mayıs	Beko markasının ve TEMA Vakfı'nın kutlaması
1998	10 Mayıs	Toprakbank Anneler Günü mesajı
1999	9 Mayıs	Turkcell markasının kutlaması
2000	14 Mayıs	Beko markasının kutlaması
2001*	13 Mayıs	-
2002*	12 Mayıs	-
2003	11 Mayıs	Yimpaş Mağazaları markasının kutlaması
2004*	9 Mayıs	-
2005	8 Mayıs	Axess ve Beko markasının kutlaması
2006	14 Mayıs	Radio Pink, Halay Parfümeri markalarının kutlamaları
2007*	13 Mayıs	-
2008*	11 Mayıs	-
2009*	10 Mayıs	-
2010	9 Mayıs	Vodafone, Reis, Maximiles markalarının kutlamaları
2011	8 Mayıs	Eti Bebe Bisküvisi, Tatlıses Çiğköfte, Vodafone, Türk Telekom, Maximil markalarının ve YEKÜV ile TSK Mehmetçik Vakfı'nın kutlaması
2012	13 Mayıs	Vodafone, Bağdat, Çağdaş, Vatan Computer, Medline Hastaneleri, Türk Telekom, Boyner, Banvit, Eti markalarının kutlamaları
2013	12 Mayıs	Banvit, Reis, Ford, Eti, Balparmak, Ankamall, Çağdaş markalarının ve Mersin Büyükşehir Belediyesi Başkanı, TSK Mehmetçik Vakfı, TEMA Vakfı'nın kutlamaları
2014	11 Mayıs	Banvit, Kale, Şenpiliç, Eti, Vatan Computer, Ülker, Arçelik ve Beşiktaş Belediyesi, Edirne Belediye Başkanı, TEMA Vakfı, TSK Mehmetçik Vakfı'nın kutlamaları
2015	10 Mayıs	Reis, Banvit, Eti, Journey Online Alışveriş, Atelier Rebul Parfüm markalarının kutlamaları
2016	8 Mayıs	Pınar, Reeder (bilgisayar programı), Arçelik markalarının kutlamaları
2017*	14 Mayıs	-
2018*	13 Mayıs	-
2019*	12 Mayıs	-
2020*	10 Mayıs	-
2021	9 Mayıs	Kurukahveci Mehmet Efendi markasının kutlaması
2022*	8 Mayıs	-
2023*	14 Mayıs	-
2024	12 Mayıs	Türk Telekom markasının kutlaması
2025	11 Mayıs	Kurukahveci Mehmet Efendi markasının kutlaması

Kaynak: Cumhuriyet e-Gazete Arşivi

*Şeklinde işaretlenen yıllarda, Anneler Gününe dair haberler yer almasına rağmen, bu yıllarda marka/reklam içeriği olan tüketime yönelik kutlamalara yer verilmemiştir. Tabloda, bazı yıllarda reklam olmamasının sebebi, gazetenin sınırlı reklam ve satış nedeniyle yaşadığı mali sorunlar ile ilişkilendirilebilir (Kaya Emre, 2010, ss. 77-84).

Annelik ve reklamlar arasındaki ilişkiyi irdeleyen Bal'a (2014, ss. 664-669) göre, reklam kampanyaları, anneliği görünmez bir kılıf olarak giymekte ve simgesel kodlarla cinsiyet/toplumsal cinsiyet rollerini yeniden üretmektedir. Dolayısıyla da Bal'ın işaret ettiği gibi reklamlar, ideal anneliğe dair rolleri ön plana çıkararak doğallaştırır. Ancak burada reklamların, geleneksel anneliği yalnızca simgesel kodlarla örtük bir biçimde değil, aleni bir biçimde de yeniden ürettiği belirtilmelidir. Tablo 1'de yer alan markaların/reklamların bir kısmının (Parizien/Müjde çorap, Pembe ve mavi bebek bakım ürünü, Banvit gibi) giyim, ev ve mutfak reklamlarıyla direkt olarak annelik rolüyle ilişkili olduğu görülmektedir.

O hâlde Vatan Computer (Bilgisayar) yahut Turkcell markası reklamları ile annelik rolü arasında nasıl bir ilişki kurulabilir? Gazete sayıları incelendiğinde; marka isimleri ve kullanım amaçları ile Anneler Günü kutlamaları arasında ilişki yok gibi görünse de temelde amaç, bu özel günü kutlayarak markayı tüketilebilir kılmaktır. Tam da burada annelik yüceltmesi bağlamında cinsiyetçi ikiyüzlülüğü tespit etmek mümkündür. Nitekim reklamlar aracılığıyla bir tatil günü/özel gün ilan edilen Anneler Günü'nde annelik yüceltilirken aynı yıllarda geleneksel anneliğe dair eleştiriler de yer almaktadır. Anneler Günü kutlamaları, bu günün bir tatil günü ilan edilmesi, bu gün ile tüketim arasındaki ilişki ve piyasanın tatil günlerini nasıl dönüştürdüğü bağlamında da dikkate değerdir.

H.S. Stuff'un 1926'daki The Book of Holidays adlı eserini referans gösteren L. E. Schmidt (1991, ss. 887-888), ABD'de ve İngiltere'de tatil geleneklerini tarihsel bir anlatı ile aktarmıştır. Yazara göre, bu eserde ana tema "ticaret" ve "piyasa mantığı"dır ve tatil takvimi, bu ana tema üzerinden şekillenmektedir. 1991'den itibaren piyasa ekonomisi, takvime nüfuz ederek geleneksel kutlamaları belirli endüstrilerin ihtiyaçlarına hizmet edecek şekilde yeniden şekillendirilmiştir. Dolayısıyla genişleyen tüketim kültürü, tatil günlerine yeni bir canlılık kazandırmıştır. Türkiye'de de özel gün ilan edilen Anneler Günü için tüketime yönelik reklamlar, kampanyalar ve haberler çok önceden dolaşıma sokulmakta ve medya/sosyal medyada da geniş yer bulmaktadır.

Hatta Schmidt'e (1991, s. 888) göre, Babalar Günü, ticarileşme sürecinin ikinci aşamasını oluşturmaktadır ve doğrudan pazarlama yoluyla yaratılmıştır. Ancak Anneler Günü'nün, Babalar Günü'ne kıyasla daha fazla önemsendiği bellidir. Cote ve Deutsch'nin (2008, ss. 215-228) Anneler Günü ve Babalar Günü kutlamalarını karşılaştırdıkları araştırma, bu savı kanıtlar niteliktedir. 53 heteroseksüel çiftle yapılan görüşmede, Anneler Günü'nün, Babalar Günü'nden daha önemli olduğu anlaşılmıştır. Öyle ki toplumsal olarak anneliğe daha fazla önem atfedilmesi ve annelerin de bu role yönelik daha fazla ilgi beklemesi, aile üyeleri tarafından da onaylanmaktadır. Anneler Günü'nde daha fazla hediye alındığı ve kutlamalara daha fazla zaman ayrıldığı, araştırma bulguları arasında yer almaktadır.

Tablo 2'de, 1984-2009 yılları arasında tüketime yönelik Anneler Günü içeriklerinin yoğun olmadığı görülmektedir. Özellikle, 1991 yılının Cumhuriyet Gazetesi için bir kırılma anı olduğu ifade edilebilir. Nitekim 1991-1996 aralığı, gazetede Anneler Günü içerikli reklamların olmadığı yıllardır. Bunun sebebi, Nadir Nadi'nin vefatı ve ardından gazeteden ayrılanlar nedeniyle yaşanan mali sarsıntıyla ilintilidir. Gazetenin yaşadığı mali sorunlar, Cumhuriyet Vakfı Başkanı Berin Nadi'nin 2001'de vefatına değin sürmüştü; Berin Nadi¹⁰, söz konusu mali sorunların atlatılması adına mal varlığını vakfa bağışlamıştır (Köktener, 2005, ss. 176-188).

¹⁰ Başyazar Nadir Nadi'nin eşiştir.

2010-2016 yılları arasında ise, gazetede tüketime yönelik çok sayıda reklamın olduğu görülmektedir. Özellikle gazetenin eklerinde (Pazar, Sokak, Ankara, vs.) yer alan reklamların yoğunlaştığı; eleştirel içeriklerin ise, nispeten sınırlı olduğu anlaşılmaktadır. 2017-2018 yılında ise annelik konusundaki eleştirel içeriklere yer verilse de 2019-2025 yıllarında gazetenin odak noktası Koronavirüs salgını, 6 Şubat 2023 depremleri ve seçimler olmuştur. Bu nedenle bu yıllarda, Anneler Günü'ne dair içerikler yer alsa da reklam/marka içeriklerine çok daha az yer verilmiştir.

4.2.2. Annelik: Yüceltme ve Eleştiriler

1980'lerden itibaren, gazetede yer alan içeriklerde tüketime yönelik içeriklere ek olarak anneliğe dair norm ve değerlere karşı eleştirel bakış açıları da belirginleşmiştir. “Annelik hem kutsal hem değersiz”, “Sistem anneyi eve kapatıyor” ve “Anneliğin yüceltilmesi ataerkilliğin günah çıkartmasıdır” gibi yazılar, anneliğin cinsiyetçilik/toplumsal cinsiyet normları içerisindeki işlevine eleştirel bir gözle yaklaşmaktadır. Bu bağlamda annelik yalnızca biyolojik bir rol değil, aynı zamanda ideolojik ve politik bir araç olarak da tartışmaya açılmıştır. Feminist kuramın da etkisiyle, annelik kavramı yalnızca kutsal bir merteye olarak değil; ataerkil normların yeniden üretildiği bir alan olarak değerlendirilmiştir.

Kristeva'nın (2012, s. 23-24), “Analiğin reddedilmesinin kitlesel bir politika olmayacağı giderek daha aşikâr hale geliyor; kendi çevrelerini genişletmek isteyen feminist gruplar da bunun giderek daha çok farkına varıyor. Bugün kadınların büyük bir çoğunluğu, kendilerini tamamen değilse de kısmen gerçekleştirme imkânını dünyaya bir çocuk getirmekte görüyorlar” sözlerinden de hareketle, 1980'lerin başlarından itibaren feminizm -cinsiyet kimliği çerçevesinde- kadınların farklılıklarını ön plana çıkararak, kadınların eğer isterlerse annelik kimliği ile de var olabileceğini savunmaktadır (Badinter, 2011, s. 61). Nitekim 1960'larda kadınlar, anne olup olmama kararını yani üreme temelinde kontrolü ele geçirme konusunda önemli bir kazanım elde etmişlerdir. Bu durumda, annelik ve çocuk sahibi olmak ile statü ve güç elde etmek arasında bir bağlantı kurulması kaçınılmaz olmuştur (Gittins, 2011, s. 132). Böylelikle, kadın biyolojisine dair farklılıklar da ataerkil egemen söyleme bağlı olarak ön plana çıkarılmış ve annelik, bu defa kadın biyolojisine -natüralizme- bağlı olarak yüceltilmiştir. Dolayısıyla 1980'lerden itibaren Cumhuriyet Gazetesi'nde yer alan anneliğe dair yüceltme ve eleştiriler bu temelde değerlendirilmelidir.

12 Mayıs 1991'deki sayıda Psikolojik Danışman Leyla Navaro ile yapılan “Abartılı annelik, çocuğa zarar” başlıklı söyleşide, baba rolünün de anne rolü kadar önemli olduğu vurgulanarak geleneksel annelik eleştirisine geniş yer verilmiştir. Söyleşide kısaca şu sözler yer almaktadır:

“Abartılmış annelik rolü yükleyerek bilinçli, bilinçsiz aşırı özveriye, mutsuzluğa sürüklediğimiz annelerimizin Anneler Günü'nü, annelik sorununu tartışarak biraz daha anlamlı ve yararlı bir şekilde kutlamak istedik. (...) Toplum düzeninde annelik görevini bir efsane haline getirmek, kadınlara aşırı yük, sorumluluk yüklüyor ve kadının gelişmesine engel oluşturuyor. Annelik bir kadının yaşamının bir bölümü.”

Tablo 1'de görüleceği üzere, 2009'a kadar Anneler Günü'ne yönelik reklam ya yoktur ya da sınırlıdır; eleştiri yazıları ise, ön plandadır. 10 Mayıs 1992'deki sayıda ise, “Annelik hem kutsal hem değersiz” başlıklı sayıda, kutsal annelik anlayışı eleştirilirken, “Sağlıklı anne kimdir?” sorusuyla, bu eleştiri pekiştirilmiştir. 9 maddenin yer aldığı bu başlıkta, “Anneliği kendine tek rol, görev görmez”, “Kocasına da değil sadece çocuklarına annelik yapar”, “Kendine zaman ayırır, kendine bakar bundan da suçluluk duymaz” ve “Evin dışında çalışmasının anneliğini engellemediğini, çalışan annelerin çocuklarının duygusal ya da zihinsel özürü olmadığını bilir” şeklindeki öneriler ön planda olmuştur.

Görsel 3. Anneler Günü haberleri (14 Mayıs 2000)



Kaynak: Cumhuriyet e-Gazete Arşivi

Eleştirel bakış açısı her ne kadar ön planda görünse de, kadınlar bir yandan anneliğin yüklediği sorumluluklardan şikâyet ederken; diğer yandan annelik bir statü ve gurur kaynağı hâline gelmektedir. Bu konuda Hooks (2000, s. 87), düşüncelerini şu şekilde aktarır:

“Kadınlar, bir yandan anneliği eleştirirken, diğer yandan da onun kendilerine, özellikle de konu ebeveyn-çocuk arasındaki özel bağ olduğunda verdiği özel statüden ve ayrıcalıklardan hoşnutturlar. Ebeveynlikteki yerlerinden vazgeçmeye, feminist düşünürlerin umduğu kadar istekli değildirler. Diğer bütün alanlardaki biyolojik determinizmi eleştiren feminist kadınlar, konu annelik olduğunda, sıklıkla biyolojik determinizmi benimsediler. Babaların da anneler kadar iyi olduğu ve bizim kadar iyi ebeveynlik yapabilecekleri düşüncesini bütünüyle benimseyemiyorlardı. Cinsiyetçi düşüncenin egemenliğiyle bir araya gelen bu çelişkiler, konu çocuk bakımına geldiğinde, toplumsal cinsiyet eşitliği konusundaki feminist talebe zarar verdi.”

2010-2016 yıllarında ise, tüketim odaklı reklamlar yoğunlukta; eleştirel yazılar, kısıtlıdır. Örneğin, gazetenin 12 Mayıs 2013'teki sayısında Banvit markası, anneler gününü şu sözlerle kutlamıştır: “Bazen kucakta, bazen sırtta, her zaman yürekte... Bizi taşıdığın için teşekkürler.” Aynı yıl Ford markasının kutlama mesajı ise, şöyledir: “Her gün rahatımızı düşünen annelere Ford Grand G-MAX'ten, annelerin rahatını düşünen akıllı teknolojiler: Park etmeyi sorun etmesin diye Otomatik Park Sistemi, elleri doluyken tek bir düğmeye dokunarak açıp kapatabileceği Otomatik Bagaj Kapağı, bir dediğini iki etmemek için Ford SYNC ve çok daha fazlası. Ford Grand G-MAX, her gün bizi düşünen annelere, anneler gününde az bile...” Her iki markanın reklamı -özellikle Ford-, annelik kavramının değerine atıfta bulunarak, bireylere tüketerek daha değerli hissetme vaadinde bulunmaktadır.

Görsel 4. Ford markasının Anneler Günü reklamı (12 Mayıs 2013)



Marifetli anneler, her şeyin en iyisini hak eder.

Her gün rahatınızı düşünen annelere Ford Grand C-MAX'ten, annelerin rahatını düşünen akıllı teknolojiler: Park etmeyi sorun etmesin diye Otomatik Park Sistemi, elleri doluyken tek bir düğmeye dokunarak açıp kapatabileceği Otomatik Bagaj Kapağı, bir dediğini iki etmemek için Ford SYNC ve çok daha fazlası...

Ford Grand C-MAX, her gün bizi düşünen annelere, anneler gününde az bile...

- Otomatik Park Sistemi
- Otomatik Bagaj Kapağı
- Ford SYNC
- Arka kayar kapılar
- 3. sıra koltuklar & Kolay Geçiş Sistemi
- Çocuk Gözlem Aynası
- 7 kişilik esnek oturma düzeni
- Arka koltuk emniyet kemeri uyarısı

FORD GRAND C-MAX
Çünkü önce aile gelir.

Ford
Go Further
ford.com.tr

Öve Keç

Kaynak: Cumhuriyet e-Gazete Arşivi

11 Mayıs 2014'teki sayısında ise, Zeynep Oral'ın "Benim Canım Annem..." isimli bir eleştirel yazısı yer almaktadır. Öte yandan, gazetede, 2016'dan günümüze Anneler Gününe dair içerikler - Cumartesi Anneleri, depremde çocuklarını kaybeden anneler ve sağlık çalışanı anneler gibi konular-, trajik ve mücadeleci anne temalarıyla temsil edilmiştir. 13 Mayıs 2018'deki sayıda, "Annenin 'iş'i' zor" başlıklı ekonomi yazısı, "Bize Anneler Günü yok" başlıklı Cumartesi Annelerine dair Yazar Seyhan Avşar'ın yazısı, "Sistem anneyi eve kapatıyor" başlıklı röportaj ve Pazar ekinde "Annelik yüceltmesi ataerkilliğin günah çıkartması" başlıklı yazılar, eleştirel içeriklerdir. Bahsi geçen röportajda Türkiye'de annelik ve kadını, annelik üzerinden kutsallaştırma şu şekilde ifade edilmiştir:

"Sistem tarafından; anne, eve kapalı, kendini çocuğa vakfetmiş kişi olarak gösteriliyor. Özgür kadınlar ve adanmış anneler diye iki ayrı kavram sunuluyor aslında. 'Anne'ye kendi kalma hakkı yakıştırılamıyor. Oysa insan kendisiyle arasında göbek bağı olan bir yol arkadaşı edindikten sonra da özgürdür."

Bu temsil biçimi, anneliğin yalnızca bireysel bir deneyim değil; toplumsal acıların, adaletsizliklerin ve dayanışmanın da sembolü olduğuna yönelik bir bakış açısını yansıtır. Aynı zamanda "Rüyaların annesi Zübeyde Hanım" (Cumhuriyet, 10 Mayıs 2020) gibi tarihsel ve kültürel kişiler aracılığıyla annelik, ulusal kimlik söylemi içinde de yeniden kurgulanmıştır.

8 Mayıs 2022'deki haberlerde ise, Anneler Günü'ne yönelik eleştirilerde annelerin destekleyici ve şefkatli yönü vurgulanırken; Prof. Dr. Üstün Dökmen'in Anneler Günü yazısı aracılığıyla hem bu özel günün eleştirisi hem de kadının toplumdaki yeri ön planda tutulmuştur. Hatta #plantmoms (bitki annesi/anneleri) akımına yer vererek, doğurarak anne olma meselesi üzerine tartışılmıştır. Nihayetinde bu yıllarda, Anneler Günü'ne yönelik eleştiriler ve reklam/marka içerikleri iç içe geçmiştir. Eleştiriler

olsa dahi, Anneler Günü'ne dair yer alan içeriklerde anneliğin yüceltilmesi; cinsiyetçi ikiyüzlülüğe örnek oluşturmaktadır. Bir yandan geleneksel annelik rolü eleştirilirken; diğer yandan ideal anneliği yücelten içerikler ve bireyi tüketime yönlendiren reklamların yer alması, bu tespiti desteklemektedir.

BULGULAR VE SONUÇ: CİNSİYETÇİ İKİYÜZLÜLÜĞÜ DEŞİFRE ETMEK

İçerik analizi yöntemiyle Cumhuriyet Gazetesi'nden sayıların incelendiği bu makalede, Türkiye'de 1955-2025 yılları arasında Anneler Günü içeriklerinin, geleneksel anneliğe dair norm ve değerlerin yeniden üretilmesinde ve özellikle cinsiyetçi ikiyüzlülük kavramına ne ölçüde örnek oluşturabileceği sorusuna odaklanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, gazete üzerinden Anneler Günü kutlamalarına dair toplumsal değişimin tespit edilebileceği ve yıllar içinde bu güne dair bakış açısının üç dönemde belirginleştiği anlaşılmıştır. Gazetenin içeriğini gündem ve mali sorunlar etkilese de Tablo 1'de ve Tablo 2'de görüleceği üzere, bu özel güne dair içeriklerin haber, köşe yazısı yahut reklamlar aracılığıyla yer aldığı görülmektedir.

İlk olarak, 1955-1984 yılları arasında Cumhuriyet Gazetesi'nde Anneler Günü'ne dair içerikler sınırlı sayıda yer almakta ve ağırlıklı olarak annelik kavramı, duygusal yönü ön planda tutularak kutsal bir söylem çerçevesinde temsil edilmektedir. Bu dönemde annelik; fedakârlık, şefkat ve ideal anne fikirleri üzerinden yüceltilmekte; annelik kimliği, cinsiyetçilik/toplumsal cinsiyet rollerine uygun bir şekilde -büyük ölçüde ev içi rollerle- sınırlandırılmaktadır. Her ne kadar aleni bir eleştirel bakış açısına rastlanmasa da bu dönemde de cinsiyetçi ikiyüzlülüğün örtük biçimde işlendiği söylenebilir. Kadına yüklenen annelik rolü, görünürde kadını onurlandırırken/yüceltirken yaşam alanı ve toplumsal konumu bağlamında kadının, annelik rolüne kısırıldığı anlaşılmaktadır.

İkinci olarak, 1984-2025 yılları arasında, Anneler Günü içeriklerinde hem tüketim odaklı söylemin hem de eleştirel yaklaşımların artış gösterdiği tespit edilmiştir. Bu süreçte annelik, kapitalist tüketim kültürünün bir parçası hâline gelirken, “annelere hediye alınması” yönündeki reklamlar ve markaların kampanyaları aracılığıyla annelik hem ticarileştirilmiş hem de idealize edilmiştir. Ancak dikkat çekici olan, bu dönemde Cumhuriyet Gazetesi gibi hem uzun bir geçmişe dayanan hem de eleştirel duruşuyla bilinen bir yayın organında dahi, cinsiyetçi ikiyüzlülüğün belirgin şekilde görünür olmasıdır. Bir yandan geleneksel annelik normlarına yönelik eleştirel içerikler sunulurken diğer yandan anneliğin kutsallaştırıldığı ve tüketim kültürünün teşvik edilerek bu iki tutumun bir arada yer aldığı gözlemlenmiştir. Böylelikle, sözde eleştirel tutum ile geleneksel toplumsal cinsiyet normlarının aynı anda dolaşımda olması, cinsiyetçi ikiyüzlülüğün en bariz örneklerinden biri olarak değerlendirilebilir. Özellikle 2010 sonrası dönemde ise, teknolojinin gelişiminin hız kazanması ve sosyal medyanın etkisiyle Anneler Günü içerikleri daha geniş kitlelere ulaşmış, geleneksel annelik kavramı, farklı olgularla iç içe geçmiştir. Bu yıllarda bir yandan feminist kuramın etkisiyle annelik ideolojisine ve toplumsal cinsiyet normlarına yönelik eleştiriler görünür hâle gelmiştir. Diğer yandan ise, annelik ve anne olma/olmama/olamama meselesi, medyada ve sosyal medyada reklamlar, kampanyalar ve idealize edilmiş anne temsilleriyle sürekli olarak yeniden üretilmiştir.

Cinsiyetçi ikiyüzlülüğün en açık biçimde ortaya çıktığı bu dönemde, kadınlar bir yandan annelik yükünden, çocuk yetiştirme sorumluluğundan ve cinsiyetçi dayatmalardan şikâyet ederken diğer yandan annelik rolü aracılığıyla statü elde etmeyi ve bu rolü toplumsal kabul aracı olarak kullanmak suretiyle yüceltilmeyi kabul etmişlerdir. Tüketim odaklı içeriklerin eleştirel söylemle iç içe geçmesi, kadınların gönüllü olarak geleneksel annelik rollerini/görevini yeniden üretmesine zemin hazırlamaktadır. Bu durum, cinsiyetçi ikiyüzlülük kavramının ortaya koyduğu gibi, bireyin söylem ve pratik arasında yaşadığı çelişkinin, gönüllülük temelli cinsiyetçi ikiyüzlülüğe örnek oluşturduğunu göstermektedir.

Araştırmada elde edilen tüm bulgular, Cumhuriyet Gazetesi'nin tarihsel süreç içerisindeki yayın politikası, içerikleri ve söylemlerinden hareketle, cinsiyetçi ikiyüzlülüğün -özellikle 1984 yılından itibaren eleştirel ve yücelten tutumun bir arada olmasıyla- yeniden üretildiğini ve Anneler Günü'nün bu sürecin görünür olduğu önemli bir alan oluşturduğunu kanıtlamaktadır. Eleştirel içeriklerin dahi ataerkil egemen sistemin sınırları dışına çıkamaması, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ve cinsiyetçi ikiyüzlülüğün ne denli köklü ve dirençli olduğunu göstermektedir.

Nihayetinde, Anneler Günü'ne dair içerikler, Türkiye'de toplumsal cinsiyet normlarının ve annelik ideolojisinin yeniden üretiminde işlevsel bir rol üstlenmektedir. Cumhuriyet Gazetesi örneği, eleştirel görünmesine rağmen, cinsiyetçi ikiyüzlülüğün sürekliliğini ve hepimize/herkese içkin olduğunu ortaya koymakta; annelik kavramının bireysel bir tercih değil, politik, ideolojik ve ekonomik yönlendirmelerin şekillendirdiği bir toplumsal olgu olduğunu doğrulamaktadır. Bu nedenle, cinsiyetçi ikiyüzlülüğün deşifre edilmesi amacıyla Anneler Günü söylemlerinin ve içeriklerinin eleştirel bir perspektiften daha derinlikli biçimde incelenmesi, gelecekte konuya ilişkin yapılacak çalışmalar açısından yol gösterici olacaktır.

KAYNAKÇA

- Badinter, E. (1992). Annelik Sevgisi: 17. Yüzyıldan Günümüze Bir Duygunun Tarihi (K. Çelik, çev.). İstanbul: AFA Yayıncılık.
- Badinter, E. (2011). Kadınlık mı? Annelik mi? (A. Ekmekçi, çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bal, S. (2014). Reklamların Eskimeyen Yüzü "Muhteşem Annelik": Anneler Günü Reklamları Örneği. Ankara Üniversitesi İlef Dergisi, 1(2), 59-85.
- Baudrillard, J. (2020). Nesneler Sistemi (O. Adanır ve A. Favaro, çev.). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2021). Tüketim Toplumu: Söylenceleri\Yapıları (N. Tural & F. Keskin, çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Boratav, K. (2011). Türkiye İktisat Tarihi 1908-2009. İstanbul: İmge Kitabevi.
- Cemal, H. (2013). Cumhuriyet'i Çok Sevmiştim: Cumhuriyet Gazetesindeki "İç Savaş"ın Perde Arkası. İstanbul: Everest Yayınları.
- Cote, N. G., ve Deutsch, F. M. (2008). Flowers for Mom, a Tie for Dad: How Gender is Created on Mother's and Father's Day. Gender Issues, 25, 215-228. <https://doi.org/10.1007/s12147-008-9063-x>.
- Cumhuriyet e-Gazete Arşivi. (t.y.). Yayınlar. <https://1bb774e29aa1fe95eecd7899db05de917183ae6c.vetisonline.com/yayinlar>.
- Dower, J. (1999). Embracing Defeat: Japan in the Wake of World War II. The Journal of Japanese Studies, 27(1), 214-218.
- Ferguson, A. (1986). Motherhood and Sexuality: Some Feminist Questions. Hypatia, 1(2), 3-22. <https://doi.org/10.1111/j.1527-2001.1986.tb00004.x>.
- Friedan, B. (1983). Kadınlığın Gizemi: Kadınlar için Yeni bir Dönem Başlatan Kitap (T. Mertoğlu, çev.). İstanbul: E Yayınları.
- Gittins, D. (2011). Aile Sorguluyor (T. Erdem, çev.). İstanbul: Pencere Yayınları.
- Goettner-Abendroth, H. (2012). Matriarchal Societies: Studies on Indigenous Cultures across the Globe. New York, NY: Peter Lang. <https://doi.org/10.3726/978-1-4331-0613-6>.
- Grim, V. (2009). Mother's Day: Cultural Resources. The African American Lectionary, 1-8. <https://www.theafricanamericanlectionary.org/CalendarMothersDay.asp>.
- Haberrus. (22 Temmuz 2025). Rusya'da anneler günü neden farklı tarihte kutlanıyor?. <https://haberrus.ru/life/2016/05/09/rusyada-anneler-gunu-neden-farkli-tarihte-kutlaniyor.html>.
- Hakim, C. (2006). Women, Careers, and Work-life Preferences. British Journal of Guidance & Counselling, 34(3), 279-294. <https://doi.org/10.1080/03069880600769107>.

- Harmon-Jones, E., & Mills, J. (2019). An Introduction to Cognitive Dissonance Theory and an Overview of Current Perspectives on the Theory. E. Harmon-Jones (Ed.) Cognitive dissonance: Reexamining a Pivotal Theory in Psychology 2nd Edition içinde (ss. 3-24). Washington, DC: American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000135-001>.
- Hays, S. (1996). The Cultural Contradictions of Motherhood. New Haven, CT & London, England: Yale University Press.
- Hooks, B. (2000). Feminizm Herkes İçindir (E. Aydın, B. Kurt, Ş. Özgün & A. Yıldırım, çev.). İstanbul: Çitlembik Yayınları.
- Irigaray, L. (2006). Ben, Sen, Biz. Farklılık Kültürüne Doğru. (S. Büyükdüvenci & N. Tural, çev.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Jones, K. W. (1980). Mother's Day: The Creation, Promotion and Meaning of a New Holiday in the Progressive Era. Texas Studies in Literature and Language, 22(2), 175-196. <https://doi.org/10.2307/40754091>.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2010). Günümüzde İnsan ve İnsanlar: Sosyal Psikolojiye Giriş. İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Karaman, O., ve Aktaş, A. (2021). Türkiye’de Anneler Günü ve Nene Hatun. Asya Studies, 5(17), 243-254. <https://doi.org/10.33795/asya.932197>.
- Kaya Emre, A. E. (2010). Cumhuriyet Gazetesi’nin Kuruluşundan Günümüze Kısa Tarihi. İletişim Fakültesi Dergisi, 75-91.
- Köktener, A. (2005). Bir Gazetenin Tarihi: Cumhuriyet. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kristeva, J. (2012). Kadınların Zamanı. (İ. Savaşır, çev.). Defter. 21, 7-29.
- Mitchell, J. (1973). Woman’s Estate. Manchester, England: Penguin Books.
- Moore, L. H. (1996). Mothering and Social Responsibilities in a Cross-cultural Perspective. E. B. Silva (Ed.) Feminist Perspectives on Lone Motherhood içinde (ss. 58-75). London, England: Routledge.
- Nadi, N. (1999). 27 Mayıs’tan 12 Mart’a. İstanbul: Yeni Gün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık.
- Nadi, Y. (1999). Cumhuriyet Yolunda (S. Karaören, haz.). İstanbul: Yeni Gün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık.
- NTV. (2025, 10 Mayıs). Anneler Günü nasıl ortaya çıktı, ilk ne zaman kutlandı? İşte Anneler Günü’nün tarihi ve anlamı. https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/anneler-gunu-nasil-ortaya-cikti-ilk-ne-zaman-kutlandi-iste-anneler-gununun-tarihi-ve-anlami,17_6KGgycUGd_xolkk6oTA/4U6rQiZvfEKRYT3zFsPURA (Erişim tarihi: 25.05.2025).
- Peaceful Mother’s Day. (1988). Off Our Backs, 18(7), 5.

- Schmidt, L. E. (1991). The Commercialization of the calendar: American Holidays and the Culture of Consumption, 1870-1930. *The Journal of American History*, 78(3), 887-916.
<https://doi.org/10.2307/2079034>.
- Sönmezoğlu, F. (2016). Soğuk Savaş Döneminde Türk dış Politikası (1945-1991). İstanbul: Der Kitabevi Yayınevi.
- Tokdemir, K. (2021). Heteronormatif Bağlamda Cinsiyetçi Stereotiplerin Yeniden Üretilmesi: Mühendis ve Hastabakıcı Meslek Grupları ile Nitel Bir Araştırma [Conference presentation]. 4. Uluslararası Felsefe, Eğitim, Sanat ve Bilim Tarihi Sempozyumu, Türkiye, 62-70.
- Tokdemir, K. (2023a). Biyolojik Saati Bozuk Kadınlar: Toplumsal Cinsiyetin Yeniden Üretimi Bağlamında Annelik Kavramının Eleştirisi. İstanbul: Urzeni Yayınevi.
- Tokdemir, K. (2023b). Ataerkil, Cinsiyetçilik ve Heteronormatif Bağlamda Annelik Rolünün Yeniden Üretimi. SADAB XIII Uluslararası Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Konferansı, 214-221.
- Yapar, A. (2012). Cumhuriyet Gazetesinin Türk Basınındaki Yeri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (8), 79-86.
- Yaraman, A. (2008). Yanılsamanın Neresindeyiz?. Küreselleşme, Demokratikleşme ve Türkiye Uluslararası Sempozyumu Bildiri Kitabı, 830-837. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Yaraman, A. (2019). Cinsiyetçi İkiyüzlülük Bağlamında Gönüllü Ezilme: Simgesel Şiddet. İzmir Barosu Bülten, 25 Kasım Kadına Yönelik Şiddete Karşı Uluslararası Mücadele Günü 25 Kasım 2019 Özel Sayısı 30, 6-14.
- Yaraman, A. (2020). Cinsiyetçi İkiyüzlülük. İstanbul: Bağlam Yayınları.