

Bu makaleyi alıntılanak için: Menekşe İldan, “Reklam Mahrem Dinlemez,” *Fe Dergi* 2, no. 1 (2010): 63.

Reklam Mahrem Dinlemez Menekşe İldan



Yukarıda yer alan reklam Şehbal¹ Dergisi'nde 1911 yılında yayınlanmış. Bu korse reklamının alt yazısı “Korse bedene zararlıdır derler... ‘Redözo’ korsesi müstesna olmak şartile.” Şeklinde. Fotoğrafa *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi 27. fasikül, sayfa 840'da* “Reklam Mahrem Dinlemez” başlığıyla yer verilmiştir.

Günlük hayatın dönüşümünü kadının kolektif imgelem düzeyinde nasıl bir soyutlamaya tabii tutulduğunu izleyerek açığa çıkarmak mümkündür. Fotoğraf, resim, giysi veya herhangi bir nesne gündelik hayatın şifrelerinin çözülmesine fırsatlar sunmaktadır. Günümüz reklamlarının yanında çok masum gibi dursa da, 1911 Türkiye'si için oldukça cesur bir poz olduğu söylenebilir. Reklamdaki genç kadın modelin daha çok Avrupalı bir kadın gibi görülmesi hedeflenmiş. Markanın yabancı olmasının da bunda payı var kuşkusuz. Batıcı bir dergi de olsa Şehbal ve Redözü markası ürünü tanıttak kadının Müslüman ve Türk olmasına yer verecek bir toplumsal ortama sahip değildi kuşkusuz. Avrupalı da olsa, genç kadın iç çamaşırı reklamı için poz da vermiş olsa, kadının masumiyeti başındaki taç, yüzünün hafifçe eğik durması, bakışlarındaki yumuşaklık, uzaklara dalmışlık ve yalvarışla ön plana çıkarılmıştır. Yüzde verilmeye çalışılan masumiyet, el değmemişlik ellerinin narince uzun inci kolyesini hafifçe yukarıya kaldırması, kolyeyle oynuyormuş havasını vermesiyle tezatlık yaratılmış, hafif bir şuhluk yaratılmaya çalışıldığı söylenebilir. Fotoğraf ile çizim birleşmiş. Grafığe bir müdahale göze çarpıyor. Dekolte göğüs ve yukarıya fotoğrafı daha yakın iken belden aşağısı ise abartılı bir incelik vurgusu taşıyor. Korse reklamının amacı açısından çarpıcı olan bu grafik tasarım aynı zamanda kadın bedeni üzerinde dengeli bir cinsel çekiciliği satış açısından başarıyla kullanmış. İncelik ve zerafet bu reklamın kadın imgelemine öne çıkan yönleri. Korse ile incelik kazanmış kadın bedenine cinsel çekicilik katan reklamı masumiyetle dengeleyerek hedef kitlenin kabul edilebilirlik zeminini gözetmiş görünmektedir.

¹Şehbal dergisi 1 mart 1909'da yayınlanmaya başlamış, 1914'de 100. sayısı ile yayın hayatına son vermiş bir dergi. Hüseyin Saadetin bey tarafından çıkarılan dergi 15 günlük aralıklarla çıkan bir magazin dergisi. Kadın, sağlık ve dünyadan haberlere yer veren Batı'daki benzerlerine öykünen derginin Osmanlı'nın Batı tarzı gündelik hayata özlem duyan görece modern ve eğitilmiş kesimlere hitap eden yayını içinde yukarıda yer verilen reklamlara rastlamak mümkün. Osmanlı'dan günümüze dergilerde yer alan korse reklamlarında kadın imgesinin değişimine baktığımızda örtük ve özenilen uzak kadından açık ve yakın cinselliği öne çıkarılmış gerçek kadına doğru bir değişim izlemekteyiz.