



## ANTI ÖZERK KİŞİLİK VE TÜKETİM BAĞIMLISI SÖZDE GÜZELLİK ALGISI: WINX PERİLERİ

Özlem KÜÇÜK\*

### ÖZ

Bir İtalyan yapımı olan Winx Club animasyon filmi, efsanevi yaratıklar, periler ve cadıların yaşadığı sıradışı bir evreni anlatır. Iginio Straffi, film serisini sunarken, Batı animasyonu ile Japon çizgi film kültürü (manga) yansımalarını bir araya getirir. Böylelikle çizgi film karakterlerinin yüzleri Asya ve Avrupa'yı beraber yansıtır. Perilerin bedenleri ise Jennifer Lopez ve Beyonce gibi ünlülerin görünüşlerine göre tasarlanmıştır. Okyanusun Gizemi gibi bazı bölümlerde çevresel duyarlılık ele alınsada, her koşulda bakımlı, güzel ve zengin görünen periler, görünüşün önemini hafızalara kazırlar. Yapımcı Straffi, başlangıçta filmin hikâyesini üç sezon sürecek şekilde planlamışken, şovun başarısının ardından hikâyeyi sürdürür. Zira Nickelodeon'un sahibi Amerikan medya şirketi Viacom, Straffi'nin yapım şirketi Rainbow'un% 30'unu satın alır ve filmin ortak yapımcısı olur. Ortaklığın ardından yayımlanan yeni bölümleri, tektip güzellik imgesiyle sürekli değişen giysiler, aksesuarlar ve makyaj ile bedeninin tüketim malzemesine dönüştüğü, tüketim kültürü değerlerini yansıtır. Özellikle kız çocukları üzerinde etkisi olan Winx peri karakterleri kurgusal büyülü evrende, kötülükle sadece dışardan atanmış sihirli güçleriyle savaşabilme özellikleriyle özgürlük ve özerkliği teşvik etmekten çok uzaktır. Bu çalışma, kız çocukları için önemli bir rol model olan Wings perilerinin, benlik ve özerklik algısı üzerine etkilerini tartışmaya açmaktadır. Zira sadece dış görünüşleri ve sözde güzellikleriyle değerli olan periler, akıl, özgürlük ve özerklik karşıtı bir durum içindedir.

**Anahtar Kelimeler:** Winx Perileri, Dış Görünüş, Özerklik, Tüketim, Beden İmajı, Sosyal Psikoloji.

---

\* Öğr.Gör.Dr, Kocaeli Üniversitesi Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, ozlem.kucuk @kocaeli.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-7717-2439>.

Makale Gönderim Tarihi: 06.09.2021

Makale Kabul Tarihi: 16.12.2021

**ANTI AUTONOMOUS WINX FAIRIES AND OBSESSION WITH CONSUMPTION  
FOR FALSE BEAUTY**

**ABSTRACT**

Winx Club is an animation film series focus on female children aged 4 to 16. Created by Italian producer Iginio Straffi, the film is about a fantasy universe which is inhabited by beautiful fairies with magical powers, other mythical creature and witches. Iginio Straffi animated film Winx Club, which premiering in Italy in 2004. This animation film combines Japanese cartoon culture (manga) and West animation and reflections. On the other hand, different messages are given to the potential audience of the film. While the message that shopping is a source of happiness is given to girls, a message of sensitivity towards nature is given to their parents. The best example in above mentioned point of Mystery of the Abyss, the third films of series. The Winx Club movie series's success attract the attention of Nickelodeon and becoming co-procuder with Rainbow SpA. Nickelodeon's partnership provided the film becoming an reflection of American consumer values, where the focus on physical appearance. All the Winx fairies have is beautiful physical appearance apart from magical powers. Therefore, Heidi and Viking Vicky, who figure out the problems they face and solve them with their own reason, are different from their characters and are not autonomous.

**Keywords:** Winx Fairies, Physical Appereance, Autonomy, Consumption, Body Image, Social Phsology.

## 1. GİRİŞ

Chiangtong'a (1975) göre karikatür, Latince kâğıt anlamına gelen "charta" kelimesinden gelmektedir. Zira o dönemde karikatür, büyük tekstil perdeler resim yapmak veya aynalara desen veya resim çizmek ve mozaik yapmak anlamına gelmektedir. Karikatürlerin 7 türü vardır. Bunlar politik karikatürler, resimli karikatürler, komik öykü, çizgi roman ya da seri çizgi filmler, ticari çizgi filmler, uzun metrajlı animasyon çizgi filmler ve televizyon çizgi filmleridir (İbili ve Sahin, 2016, s.508).

Modern siyasi karikatür, iki tür resim sanatını bir araya getirir. Başlangıçta "büyük bir çizim veya resim için hazırlık tasarımı" olarak adlandırılan on dokuzuncu yüzyılın ortalarındaki karikatür sanatını, on altıncı yüzyılın sonlarında geliştirilen portre karikatürünününkiyle birleştirmiştir. Nitekim abartma ve çarpıtma yoluyla gerçek insanların çarpık karikatürlerini yaparak insanları yönlendirdiler. Böylece, insanlar bir görüntüyü gerçek ya da bir gerçeği görüntü sandılar. İnsanların hayal gücü üzerinde maksimum etki uyandıran siyasi karikatür, gerçek ile gerçek olmayan arasında bir yanılgıya neden olabilmektedir (Mishra, 2016, s.97).

Bu duruma güzel bir örnek, *Yetim ve Sarıçam* tarafından 3-6 yaş grubu çocukları olan ebeveynler üzerinde yapılan araştırma gösterilebilir. Winx Club filmi izleyen ve etkilenen kız çocuğun annesi endişe duyduğunu, çocuğunun sihir yapabileceğini sandığını oraya buraya atlayıp zıpladığını "şimdi sana sihirle yemek yapacağım" dediğini söylemektedir (Yetim ve Sarıçam, 2016, s.355).

Çocuklar beyaz kâğıt gibidir, davranış ve kişiliklerini kolaylıkla şekillendirebilirsiniz. Çizgi filmler ise, çocukların davranışlarını ve dış görünüşlerini kolaylıkla etkilemektedir (Wijethilaka, 2020, s.2). Yang'e göre, yüksek enerjili ve düşük besinli yiyecekler, popüler çizgi film karakterlerinin kullanımı aracılığı ile doğrudan çocuklara tanıtılmış ve çocukluk obezitesinin artmasında önemli bir rol oynamıştır (Yang, 2012, s.3).

Dış görünüm, başkaları tarafından fark edilen ilk bireysel özelliklerden biridir ve sosyal etkileşimler üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Genel olarak görünüm ve özel olarak beden imajı, çağdaş Batı toplumlarında çok önemli imgeler haline dönüşmüştür. Beden imajı sadece bilişsel bir yapı değil, aynı zamanda başkalarıyla olan tutum ve etkileşimlerin bir yansımasıdır. (Pop, 2016, ss.30 ve 38).

Psikolojinin bir alt dalı olan sosyal psikoloji, insan ve toplum arasındaki etkileşimi ön planda tutan, bireylerin olağan ve olağanüstü durumlarda davranış ve hareketlerinin incelenen, sosyolojik, ekonomik, biyolojik, antropolojik, siyasal boyutlarıyla kişi ve toplum arasındaki ilişkiyi ele alan bir bilim alanıdır. Nitekim hem bireylerin hem de gruplar ile toplumun davranışlarına insan ilişkileri ve toplum yaşamı anlamında ışık tutmaktadır (Hortaçsu, 2012: 25-27). Dış görünüş ve güzelliğin toplumu nasıl etkilediğini sosyal psikoloji açısından inceleyen birçok araştırma bulunmaktadır. İlk karşılaşmanın ilk 30 saniyesinde birbirini ilk kez gören kişilerin yaklaşık %80'i dış görünüşten etkilenmektedir. Araştırmalar, çekicilik için bu olumlu ülkünün ABD toplumunda yaygın olduğunu veya benimsendiğini göstermektedir. Örneğin obezite, tembellik, kendini kontrol edememek ve daha az zekâ ile ilişkilendirilirken, güzellik ise estetik açıdan hoşça giden, "sahip olunması" arzu edilir (özellikle çekici kadınlar, başarılı erkekler için ödül veya kupa olarak görülür), dikkatleri üzerine çeken ve fırsatları önümüze seren bir olgu olarak şekillenir (Reddy-Best, 2020; Milliyet,2014).

Bir italyan yapımı olan Wings Club çizgi film serisi, gördüğü yoğun ilgi nedeniyle ABD'li medya şirketi, Viacom'un dikkatini çekmiş ve ortaklık sonrası Viacom bünyesindeki Nickelodeon ile serinin devam eden bölümleri ortaklaşa çekilmiştir. Orijinal Winx Club çizgi

filmi İtalyan karikatür sanatçısı Iginio Straffi tarafından üretilmiş ve Nickelodeon aracılığıyla ABD'ye getirilmiştir. Yaklaşık yirmi yıl sekiz sezon boyunca devameden gösteri, Magic Dimension'da, bir akademi olan Alfea Koleji'nde sihir okuyan ve güçlerine uygun şekilde isimlendirilen Peri arkadaş grubunun hikayesini anlatıyor. Winx Club Kulübü, cadıların, büyücülerin ve diğer büyülü yaratıkların evrene kargaşa getirmesini önlemek için arkadaşlarıyla çeşitli maceralara atılan bir ejder ateşi perisi olan Bloom tarafından yönetilmektedir (Stevenson, 2021).

Çizgi filmler, bir mesajı simgesel olarak anlatarak, canlandırma sanatıdır. İzleyici kitlesi büyük oranda çocuklar olan çizgi filmler, olumlu yada olumsuz etkilere sahiptir. Olumsuz etkilerin başında, saldırganlık ve şiddeti, tüketimi özendirme ve tüketim kültürünü yerleştirme gibi unsurlar bulunur. Aynı zamanda çocuklar üzerinde konuşma becerileri, düşünme, kimlik gelişimi, hayal gücü ve okuma becerileri üzerinde etkisi olan televizyonun halk üzerindeki etkisini en iyi eğitim sistemi bile yok edemez (Ekici, 2015, ss.70-74).

Winx çizgi film serisi, herne kadar zaman zaman sosyal mesajlara yerversede, genel olarak dış görünüşle popülerlik arasında bağlantı kuran tüketime yönelik mesajlar veren bir yapıdır. Winx Club animasyon filmlerinde, kötü sihri iyi sihirle yenen periler Avrupa ve Asya izleri taşır. Beyaz tenli, ince vücut ölçüleri ile Batı'yı yansıtırken, çekik iri gözleri ile Asya'yı anımsatırlar. Modern toplum, modern yaşam izleri taşıyan Winx çizgi film serisinde alışveriş bir haz ve mutluluk kaynağıdır. Diğer yandan klasik liberal düşünce temelinde izler taşıyan Heidi, özerklik, hoşgörü, özgürlük, sosyal darwinizm izleri taşırken, Viking Vicky, akılcılık, Arı Maya, bireysellik, özerklik, akılcılık, hoşgörü mesajları taşımaktadır. Oysa Winx Club perileri, alışveriş, dış görünüş, prenses olma, güzellik, popülerite gibi kavramları kullanarak ve özendirerek güzellik olgusunu metalaştırırken, abartılı dış görünüş ile lüks tüketimi özendirilmektedir (Altıntaş, 2016, s.329).

Oysa ki, Heidi çizgi filminde, Heidi karakteri, yürüme engelli Clara Sesemann'ı, doktorların tekrar yürüyemez demelerine rağmen yürüyebileceğine ikna ederek her gün egzersiz yapmasına ve tekrar yürütmesine vesile olmuştur. Bu başarıda sevgi, arkadaşlık, dayanışma, azim ve sıkı çalışmanın yanı sıra dağların temiz havasının da etkisi bulunmaktadır (Eroltu, 2017).

Diğer yandan, Wings perileri, sıkı çalışma, sabır, azim gibi kavramların uzağında ve kötülüğü iyilikle yenmeyi savunmazlar. Nereden geldiği belirsiz bir zenginlik ve atanmış bir sihirli güç ile bezenmişlerdir. Bu yönüyle çocuklar üzerinde çalışmadan gayret sarfetmeden atanmış bu güç olgusu ve istediğini satın alabilme gücü nedeniyle sınırsız talep duygusunu kışkırtmaktadır.

Bilakis Heidi karakteri zor durumda olan kişilere yardım etme ve bireyin topluma iyi örnek olması noktasında önemli bir modeldir. Aynı zamanda filmde, Alp dağlarının güzellikleri ve hiçkimsenin bu güzele kayıtsız kalamayacağı ve doğanın iyileştirme gücüne de vurgu yapılmaktadır (Kurttekin, 2013, ss.71, 82). Herne kadar Winx perileri okyanusların doğanın korunmasında rol alıp, zor durumda olan varlıklara karşı hassasiyet sahibi olduklarını gösterecek de popülerliğin giyim, kuşam ve dış görünüşle mümkün olabileceğini ve dış görünüşün önemi her fırsatta vurgulamaktadırlar.

Diğer yandan, Heidi ve Viking Vicky çizgi filminin neredeyse her bölümünde kahramanlar hep aynı kıyafeti giyerler, oysa Winx perileri yayımlanan tüm bölümlerde pek çok kez kıyafet değiştirirler ve parlutlu elbiseleri, yüksek topuklu ayakkabıları, aşırı abartılı yüzleri ve uzun ojelı turnakları ile her zaman bakımlıdırlar. Bir grup İsveçli ve Hollandalı araştırmacı, fotoğrafları çekilen katılımcıların iki durumda (iyi bir gece uykusundan sonra ve uykusuz bir geceden sonra) çekiciliğini sorgulamıştır. Yapılan deney fotoğrafları çekilen katılımcıların

çekiciliğinin (sağlığının yanı sıra) derecelendirilmesi şeklindedir. Şaşırtıcı olmayan bir şekilde, uykusuz kalan kişiler, dinlenmiş olanlara göre önemli ölçüde daha az çekici olarak değerlendirilmiştir. Sosyal psikoloji açısından bireyin kendine özgüvenini dış görünüşüyle bütünleştiren beden imajı, pazarlama- reklamcılık endüstrisi tarafından başta kadınlara yönelik bir algının yönetilmesini desteklemektedir. Sinema, televizyon ve sosyal medyada binlerce takipçisi olan ünlü ve zenginlerin benzeri dış görünüşleri ve tavırları olan Wings perileri güzelliği metalaştırmaktadırlar. *Winx Club Valtor'un Kutusu* (Sezon 3 bölüm 18), periler arasında geçen dialog da, “haydin Magic de alışveriş yapalım. Bu yağmurluklar Valtor’dan bizi koruyacak, kraliyet tarzı sağ olsun,” ifadeleri geçmektedir (Wargo, 2011; Straffi, 2015).

*Winx Club Kayıp Krallığın Sırrı* adlı film sinema serisinin ilkidir. Filmde Wings perilerinin mezuniyet gecesine geniş bir bölüm ayrılmıştır. Altı perinin parlıtlı elbiseleri ve göz kamaştırıcı görünüşleriyle katıldığı gecede, bir peri Stella’ya “Brandon yeni ayakkabılarını görsün derken, diğer peri ise, üzerinde bu elbise varken, Brandon ayakkabılarını fark eder mi”demektedir. Stella ise, “*Ben her zaman söylerim popülerite gücünde beraberinde getirir,*” demektedir. Aynı bölüm şarkı sözü nakaratı ise şöyledir : “kolay değil, farklı olmak ve inanmak görünmeyene”. Bölüm sonunda krallığı kurtaran ve ailesini bir araya getiren ejderha perisi Bloom, sevgilisi Sky’la buluşur, dansa başlamadan Stella şöyle seslenir: “*Hey Bloom, dans sensiz başlamıyor, yeni elbiseni herkese göstermen gerekiyor*” (Straffi ve Molyneaux, 2008).

Schiller’in *İnsanın Estetik Eğitiminin Mektubu* eseri, güzelliğin bize insan olma onurunu yaşatan bir değer olduğunu savunur. Bahsettiği güzellik, ruhun ve duyguların özgülleştirilmesine dayalı estetik güzelliğidir ki, sanatta, insan doğasında felsefede, sadelikte ve duyguların asilleştirilmesinde var olmaktadır. Schiller, estetik duyarlılığın liberal bir toplum için gerekli olduğunu savunmaktadır. Schiller’e göre, estetik durumda kişi "gerçekten özgürce hareket eder, en yüksek derecede her türlü zorlamadan özgürdür, ancak hiçbir şekilde yasalardan özgür değildir." Özerklik bu nedenle yalnızca ahlaki “kendi yasalarını uygulama” değil, aynı zamanda müdahaleden bağımsız “kendi kaderini tayin etme”dir (Ştefan-Sebastian, 2014, ss.171-174).

Bu makalenin iki amacı vardır. Birinci, *Winx Club* filmindeki perilerin sözde güzellik standartlarının kız çocukları ve genç kızları nasıl etkileyebileceği film diyalogları üzerinden analiz edilerek, anlaşılır kılmaya yardımcı olmak. Böylelikle kadın bedeninin nesneleşmesi ve mükemmel beden ölçüleri ile dış görünüşün sürekli bir alışveriş (giysiler, çantalar, aksesuarlar, ayakkabılar, telefonlar...) vasıtasıyla desteklenmesi anlatılmaktadır. İkinci konu ise, *Winx* perilerinin karşılaştıkları zorlukları sihirle çözmesidir. Zira gerek Heidi, Viking Vicky ya da Arı Maya çizgi filmlerinde karşılaşılan sorunları kendi özgür iradesi ve aklıyla çözen kahramanlar, *Winx Club* filminde yoktur. Bu durum kendinden olmayan dışardan atanan bir sihir gücü olmaksızın sadece sözde güzellikleri ile erkek arkadaşlarını (uzmanlar grubu) etkileyen perilerin özerk olmadığı ve kendi kaderlerini kendileri belirleyemediği bir kadercilik durumunu karşımıza çıkarmaktadır.

## 2. KAYIP DOĞALLIK VE GÜZELLİĞİN METALAŞMASI

Birçok çizgi film veya animasyon karakteri bizi etkiler ve kalıcı izler bırakır. İnsanlar bu karakterleri sever ve hayatlarının her alanında onlarla etkileşime girer. İnsanlar gibi, animasyon karakterleri de iyi konuşan dikkat çekici olmalıdır. Bu nedenle, bir animasyon karakterinin nasıl tasarlanıp etkileyici hale getirileceğini belirlemek, çizgi film ve animasyon teorisi ve araştırmasının önemli bir parçasıdır. Byatt ve Rhodes, batı çizgi film karakterlerinin Çin çizgi roman karakterlerinden daha abartılı yüz hatlarına sahip olduğunu ve daha tanınabilir olduğunu göstermektedir. Bazı araştırmacılar, gerçek insan yüzlerini karikatür portrelerine dönüştürmeye çalışmıştır. Brennan, bir bilgisayarla insan yüzlerinin dış görünüm hatlarını ve kendine özgü

hatlarını çıkarmış ve bunları çizgilere dönüştürdükten sonra bu konturları abartarak çizgi film üretmek için küçültmüştür (Liu, Chen ve Chang, 2019, s.3).

Birçok çizgi dizi ve diğer popüler çocuk programlarının her bölümünün temelini "iyi adamların" güvenliğini tehdit eden "kötü adamlar"ın oluşturduğu şiddet ve kötülük dolu bir dünya oluşturmaktadır. Şiddet içeren ve korkutan TV programları, çocukların güvenlik ve emniyet duygularını zedelediği için gelişimsel olarak uygun değildir. Nitekim çocuklara başkalarına güvenmemeyi ve heran tehlike beklemeyi öğretir ve çatışmaları ve korkularıyla yüzleşmelerine ve çözmelerine yardımcı olmaz. Yaygın ve nedensiz şiddet çocuklara çatışmaları şiddet içermeyen bir şekilde nasıl çözeceklerini gösteren bir fırsatın yerini alırken, diğer yandan sosyalleşmelerinin önüne geçmektedir (Levin ve Carlsson-Paige, 1994, s.39).

Lieberman (1989), kadınların peri masalları aracılığıyla geleneksel sosyal rollere alıştıklarını bulmuştur ve Stone (1975, s.48), bir peri masalı, "tavırlarınızı ve eylemlerinizi şekillendirebilir" demektedir. Disney'in fikir babası olduğu peri masalı aşk hikayeleri ile cömert doğa ve sıkı çalışma gibi klasik Amerikan erdemleri sonbulur. Örneğin, Güzel ve Çirkin'de (1991) Gaston, Belle'i "kasabadaki en güzel kız ve kimse eline su dökemez" olarak tanımlıyor. Canavar, "o çok güzel" sözünü tekrarlıyor. Güzel ve Çirkin'de (1991) Belle'nin canavarla akşam yemeği yemesi gerekmektedir. Gardırop, Belle'i akşam yemeği için giyinmeye ikna etmeye çalışmaktadır. Gardırop Belle'e bir elbise teklifeder ve ona "bu sefer büyüleyici görüneceksin" der. Kraliçe ve peri rolleri, kızların gerçek hayatta arzu edebileceği meslekler değildir. Kızlar bir prenses olmayı isteyebilir ancak bunun gerçek hayatta gerçekleşme ihtimali sifıra yakındır. "Kadınlar için sınırlı mesleki rol yelpazesi ise birçok çocuğa yetişkinliğe ilişkin kısıtlayıcı, köle bir bakış açısı sunmaktadır (Aktaran: Wiersma, 2000, ss.20, 72 and 74).

Güzel bir yüze ve dış görünüşe bahşedilen toplumsal gücün özü beraberindeki politik, ekonomik ve ideolojik bir arka planla yükselen "güzellik miti"ni üretmiştir. Erkeklerin aksine, görünüşlerine ve güzellik uygulamalarına ilgi, kadınlar için doğaldır ve kendilerinden beklenen şeyin bu olduğuna inanırlar. Kendi bedenleri üzerinde öznelliğin sorumluluğunu üstlenmiş olan yetişkinler bile çoğu zaman bu sosyokültürel normlardan kaçamazlar ve çoğu durumda bu normlar, kadınlar için eylemlerinin arkasındaki motivasyonlardan habersiz bir şekilde içselleştirilmiştir (Ja, 2004, ss.54-55).

Günümüzde dış görünüşe artan yoğun ilgi nedeniyle, özellikle televizyonlarda ki beden güzelliği ve estetiği üzerine pekçok programlar, dizi filmler, çizgi filmler ve teşvik edilen güzellik merkezleri sağlık tüketimini artırmıştır. Oysa ki rasyonel birey, girişim ve rekabet insanı iken, tüketim ve alışveriş insanına doğru bir evrimleşmeye gitmektedir (Özmağas, 2016, ss.110 ve172).

Küresel güzellik endüstrisi giderek büyümektedir. ABD, günümüzde yaklaşık %20 payla dünyanın en büyük güzellik pazarı, onu Çin (%13) ve Japonya (%8) izlemektedir. Güzellik endüstrisinin büyüme tahminleri farklılık gösterse de, çoğu kişi, 2025 yılına kadar 800 milyar dolara ulaşmak veya aşmak için %5 ila %7 bileşik yıllık büyüme oranında ilerlemeye devam edeceği konusunda hemfikirdir. Dünya ekonomisi bugün ve sonra arasında daralsa dahi, bile, güzellik işinin kendi başına kalması diğer isteğe bağlı kategorilerden daha olası görünmektedir. Juliet Shor, *The Over Spent American* kitabında, ekonomik gerileme ve daralma olduğunda bile, tüketicilerin daha yüksek fiyatlı lüks mallar için harcama yapmaktan vazgeçerken, onlara duygusal bir artış sağlayan prestij kozmetiklerine - küçük lükslere - düşkün olmaya devam edeceklerini varsaymaktadır (Danziger, 2019).

Bu varsayımı destekler nitelikte ki gelişmeler günümüzde yaşanmaktadır. Covid virüsüne bağlı küresel salgın ve ekonomik duraksamaya rağmen lüks tüketime olan ilgi azalmadığı gibi artmıştır. Zira Louis Vuitton (Fransız giyim markası) sahibi Bernard Arnault, ABD’li Jeff Bezos’u 2021 yılında geçmeyi başarmıştır (Cumhuriyet, 2021).

Nitekim, sosyal psikoloji, sosyoloji ve psikolojiyi birleştiren kişinin sadece kendi ve yaşadığı toplumla ilgili olmayıp aynı zamanda nesnelere etkişimini de ihtiva eden bir alandır (Şenol, 2013, s.37). Sosyal psikoloji ve dış görünüş üzerine değerlendirme yapan bazı araştırmacılar beden imajının kökenlerini araştırırken, diğerleri olumsuz beden imajının zihinsel sağlığımız üzerindeki etkisini araştırmıştır. Geçmiş araştırmalara göre, insanların günlük olarak maruz kaldıkları tüm bu mükemmel görüntüler, kendilerine ilişkin algıları üzerinde kalıcı bir etkiye sahip olabilir. İnsanlar, başkaları tarafından çizilen görüntülerin ulaşılabilir ve gerçekçi olduğunu düşünürler ve daha sonra kendileri, başkaları ve idealize edilen görüntüler arasında karşılaştırmalar yaparlar. Bununla birlikte, aslında, reklamcıların insanları maruz bıraktıkları görüntüleri yeniden düşünmeleri ve bunun kadınların gelişimi üzerindeki etkilerini yeniden değerlendirmeleri gerekmektedir (Caposella, 2008, ss.53-54).

Winx Club dizisinin neredeyse her bölümde, doğa yâda doğadaki bir hayvanın düştüğü tuzaktan kurtarılması vardır. Gücünü doğadan aldığı söyleyen Winx perileri, kötü sihirle oluşan iklim değişiklikleri, okyanusların kirlenmesi, hayvanların yok edilmesini gibi sorunları iyi sihirle çözerler. Tüm teknolojik aletleri kullanan iyi periler, her zaman makyajlı, bakımlı ve güzel giyimli ve çekici görünümündedir. Dış görünüşlerinin kendilerine güç kattığını ve işleri kolaylaştırdığını ima ederler. Filmin herhangi bir sezonunda rasgele bir bölümünde dahi, çirkin, şişman birileri neredeyse hiç yoktur, Serinin ilk bölümlerinde Stormy, Darcy ve Icy isimli cadılar korkunç görünümde iken, ilerleyen sezonlarda bu perilerde tıpkı Winx perileri gibi muazzam görünüme kavuşmuştur. Uzak Yansımalar’da (Winx Club - 5. sezon 17. Bölüm) öğretmenlerinin “kızlar, ateşe ateşle karşılık verin,” emrine karşılık Bloom, ateşle karşılık vermeliyiz der ve canavarı yener. Nitekim ateşe suyla karşılık verilmez, blakis kötülüğe kötülükle karşılık verilmelidir, şeklinde algı üretilmiştir. Tüketim toplumu üzerine analizleri ile ünlenmiş olan Baudrillard’a göre, iletişim kanalları kurgu ile gerçek arasındaki farkın yokolmasına ve günümüz toplumunun neyin gerçek neyin kurgu olduğunu anlamakta güçlük çekmesine neden olmaktadır (Baudrillard, 2013; Straffi, 2017).

*Alfea’da Dersler Başlıyor* bölümünde, Bloom arkadaşlarına neden Alfea’dasınız demektedir. Stella şu şekilde cevap verir. “Çünkü, ben gerçek bir peri olmak istiyorum. Başarılı, güzel, güçlü ve evrensel olarak takdir gören bir peri.” Daha sonraki gün okul müdürü bir gala gecesi yapılacağını bildirir. Balo için periler harekete geçerler. Stella, “ben giysi işine kafa yoracağım, giyim de önemli, Tabiki herkes beni fark etmeli” demektedir. Stella elbisesini Bloom ve diğer perilere gösterir ve kendinden geçerek şöyle der: “Aslında bu bana biraz pahalıya patladı, şuna bakın mağazanın vitrininden bana seslendi. Al beni lütfen al.” Perilerden biri cevap verir: “Sende bu isteğe cevap verdin, ne kadar asilsin canım,” der. Stella ise şöyle cevap verir “Herkesi etkileyeceğim kesin ama değil mi?” Bloom’un elbisesi olmadığından alışverişe çıkarlar. Saatler süren alışverişte Bloom, çeşit çeşit elbiseler giyer, çıkarır, indirimde elbise bulmaya çalışır. Oysa ki herşeyi sihirle yapan perilerin elbise için mağaza mağaza dolaşması ve parayla satın alması saçmalaktır. Ayrıca dolaplar dolusu elbise ve aksesuar sahibidirler ancak her baoda yenisini almaktadırlar. Filmin sonunda Bloom indirimden satın aldığı elbiseyi sihirle düzeltir ve bahar çiçeği kadar güzel bir görünüme sahip olur ve Sky büyülenir (Straffi, 2013).

Doğal güzellik, on dokuzuncu yüzyılda felsefe ve estetikten çıkarılmıştır. Bunun yerini yirminci yüzyıla kadar devam eden ve sanat felsefesi üzerine yoğunlaşan estetik kuramlaştırmaya almıştır. Yine de Adorno, 1960’larda doğal güzele olan teorik ilginin yokluğuna meydan okumakta

yalnız değildi; yaklaşık aynı zamanlarda Ronald Hepburn estetikteki aynı ihmali eleştirmiştir (Kreber, 2020, s.171). Kadınlar üzerine son dönemlerde yapılan çalışmalar gösteriyorki, dış görünüşleri odak noktası haline geldiğinde, kadınlar kendilerini otomatik olarak nesneleştirmektedirler. Oysa ki nesneleştirilen kadınlar kendilerini görünüşlerine göre değerlendirebilirler. Nitekim kendilerini yeterli bulmazlar ve sonuç olarak daha zayıf motivasyon ve performansla işlerini yürütürler. Batı kültürü, kadınların kendi bedenlerine dair nesneleştirici bir görüşü içselleştirmelerine katkıda bulunur ve böylece kendi fiziksel görünüşleri hakkında endişelenirler (Barbosa, Romani-Dias, ve Veludo-de-Oliveira, 2020, ss. 584-589).

Hem algısal hem de duyuşsal bileşenlere sahip olan beden imajı giysilerle nasıl etkileşime girdiğimizi ve bu elbiseli görünümün halka nasıl sunulduğunu etkileyen, bedenlerimize ait zihinsel bir resimdir. Kıyafetle ilgili diğer kişisel özellikler gibi (örneğin, giyime ilgi, moda fikir liderliği, moda yenilikçiliği), beden imajı, elbise ile nasıl etkileşime girdiğimizi ve bu giyimli görünümün kamuya nasıl sunulduğunu etkileyen kişisel bir özelliktir. Sonuç olarak, elbisemiz ve geliştirdiğimiz vücut imajımız, nasıl göründüğümüz ve kendimiz hakkında nasıl hissettiğimiz üzerinde benzer sonuçlara sahiptir (Rudd and Lennon, 2014, s.120).

*Okyanusun Gizemi* (Winx Club Sezon 3) filmin başlangıcında bir petrol gemisinden düşen varillerin denizi siyaha boyaması ile kaçışan balıklar gözlemlenir. Hemen sonra, okyanusa gelen Trix cadıları, dünyada ki bütün okyanuslara insanları zehirliyor, bu da sonsuz okyanusların dengesini bozuyor neden okyanuslara hâkim olmayalım der. Öte yandan, Winx perileri Stella'yı beklemektedir. Stella'nın sesi içeriden gelir: "Olamaz." Perilerden biri "çabuk ol, bu yılki yeni öğrenciler bizi bekliyor" der. Öteki, "zaten bir dakika otuz beş saniye geciktik bile," der. Bir diğeri "belki bir sıkıntısı vardır" demektedir. Ancak yorum yapan başka bir peri "*Stella'yı tanıyorsam son moda gözlüklerini arıyordur*" ifadelerini kullanır. Ejderha perisi Bloom, abartma canım "Stella hiç gözlük takmaz ki" ifadelerini kullanır. Bilakis, Stella aşırı havalı gözlükleri ile merdivenlerden iner. Hepsisi gülüşürler, Stella "ne olmuş" diye sorar. Bloom "Stella sen eşsiz birisin," der. Stella ise "*ne yapayım gösterişli olmak doğamda var,*" demektedir. Geciktikleri için azarlanan periler, yeni öğrencilerin karşılamaya giderler. Sahneye çıktıklarında, ışıkları karartan Stella "*spot ışıkları harika olduğum yer*" ifadelerini kullanır. Diğer peri "*Stella yapma bu bir defile değil*" derken öteki, "*ama şurası kesinki şimdi dikkatlerini çekti,*" demiştir. Bu film, aynı zamanda ebeveynlere hitap eder. Çünkü kimyasal zehirlerle kirletilen okyanusları kurtaran kahraman Winx perileridir. Ancak esas mesele, perilerin abartılı dış görünüşleri ile tek tipleşmiş beden üzerinde tüketim özendiricileri olmalarıdır. Gerek son moda eşyaların özendirilmesi, diğer şeyler dışında süslenmeye ayrılan zamanın övülmesi, gerekse, perilerin ve yeni öğrencilerin çekik gözleri ve beden imajları ile tarzları bakımından benzer Batı kültürel motif öğelerini taşımaları tüm bunlar tüketime yönelik simgeler, görseller ve söylevlerdir (Straffi, 2014).

Akça ve Çilekçiler tarafından 4-6 yaş grubundaki çocuklar üzerinde yapılan bir araştırmanın sonucu, kız çocukların en fazla Karlar Ülkesi çizgi filmindeki Elsa karakterinden ikinci olarak Winx Club'daki Bloom karakterinden etkilendikleri ortaya çıkmıştır. Gerçek ile kurgu arasındaki çizgiyi ayırt edemeyen bu yaş grubundaki çocuklar, büyümlü bir evrende üstün yeteneklere ve doğa üstü güçlere sahip olan periler, cadılar, prensesler nedeniyle gerçek yaşantılarına yabancılaşabilmektedirler (Akça ve Çilekçiler, 2019, ss.418-419).



### 3. KÜRESELLEŞEN TÜKETİM KÜLTÜRÜ VE AŞIRI TÜKETİMİN ÖZENDİRİLMESİ

Küreselleşme, son yirmi yılda ekonomilerin ve toplumların artan entegrasyonunu ifade eder. Küreselleşmenin kültür üzerinde büyük etkisi vardır. Homojenleştirilmiş bir dünya kültürü üretmek, yerel gelenekleri yok etmektedir. Kültür, bir toplumun üyeleri olarak insanların sosyal etkileşimleriyle edinilen davranışı karakterize eden çok yönlü bir kavramdır. Samuel Huntington'a göre, "insanoğlu arasındaki büyük bölünmeler ve baskın çatışma kaynağının nedeni kültürel öğeler olacaktır". Ritzer için tüketim kültürü, Batı medeniyetinin görmezden gelinen kötü davranışları özendirilmesi, yaratıcılığın tüm faaliyetlerden çıkarılması ve onları bir dizi rutin prosedürlere dönüştürmesi sonucunu karşımıza çıkarmaktadır (Aktaran: Boccarda, 2007, s.2).

İletişim teknolojisi ve bilgi akışkanlığın popülaritesi nedeniyle çağdaş kültürün tanımı değişmektedir. Dahası, önceden var olan tabakalardan ve sınıf hiyerarşilerinden farklı olan yeni bir kültürün ortaya çıkması için potansiyel bir alan olarak iletişime bakabiliriz. Böylece, toplumda miras kalan kültürel kapasite yerine, iletişim akışı kültürel alanı güçlü bir şekilde etkiler, alıcıları mutasyona uğratar ve yeni bir kültürü inşa eder (Frisk ve Yoshida, 2005, s.125).

Piyasa ekonomisi ile gerçekleştirilen ekonomik büyüme tüm dünyada zengin sayısının artmasını sağlamıştır. Böylelikle, pastadan en fazla pay alan refah grubunun en üst sırasındaki servet sahipleri, aşırı pahalı lüks tüketim ile yaşantılarını sürdürmektedir. Bu sosyal gruptaki kişiler iyinin iyisi olarak tanımlanır. Nitekim ilgili gruptaki servet sahibi kimseler, çok pahalı ve marka değeri yüksek ürünleri tüketerek, prestijlerini ve sınıfsal değerlerini muhafaza ederler. Nadir ve sayısı sınırlı üretilen ürünler, gösterişli evler ve eşyalar, süslü püslü kıyafetler, makyaj malzemeleri, ayakkabılar, markalı envai tür ürünler bu grubun ilgi odağıdır (Oral, 2014, ss.72-77).

Eisner' e göre, çizgi film bir ardışık sanattır ve yanyana dizilmiş görüntü, resim, çizgi ve kelimeler aracılığı ile bir düşünceyi, fikri yâda hikâyeyi görüntülü ve sesli bir şekilde kurgulama ile ortaya çıkan bir yapıt ve bir sanat dalıdır. Amerikalı illüstratör Edwin John Prittie (1879–1960) tarafından yaratılan ve The Eude'un editör ekibinin isimsiz bir üyesi tarafından yazılan başlıklar içeren karikatürler, "komik resimler, şeytani bir bakışta kendini gösterebilir" iddiasıyla okuyucuya tanıtılmıştır. Bununla birlikte, çizgi film dizileri 1910'da kısmen yeni basılıyordu. Nitekim en düşük trajlı günlük gazetelerden çok saygın dergilere kadar artan popülerlikleri yayıncılık endüstrisinin her alanını kasıp kavurmuştur. Zira "Karikatürün toplumsal kötülükleri gidermedeki gücü" sloganıyla teşvik edilmiştir. Zamanla, Spider Man, Superman, Batman, Wonder Woman gibi çizgi film karakterleri sinema filmi haline gelmiştir (Heimann, 2019, ss.121-122; Doğru, 2020, s.190).

Fordist imalat aracılığıyla seri üretime geçilmesi kitlesel tüketimi desteklemiştir. Sosyal refah yönündeki politikalar emek sınıfının gelirlerinin artmasına ve daha geniş bir tüketim sınıfının oluşmasına neden olmuştur. Kadınlarında da tüketim sınıfının önemli birer özneleri olduğu bu dönemi takip eden post-Fordizm ile birlikte verimliliği ve hızı artan üretim zinciri aşırı tüketimi desteklemiştir. Artan lüks tüketim ve bedensel tüketim yanısıra, obezite önemli bir toplumsal sorun haline gelmiştir. Kovid-19 sürecinde en riskli gruplar arasında obezler vardır. Bir taraftan her sene ev eşyalarını ve gardırobunu değiştirenler, diğer yandan aşırı yiyen ve ölüm riski artan bir grup, bir diğer tarafta moda sektöründe beti benzi solmuş sıfır beden mankenler. Tüm bunlar imgeler, söylevler, semboller, ilüzyonlar ile "arzuların yükseltilmesi" yeni yeni tüketim alanlarının açılması neticesini doğurmuştur. Nitekim, ihtiyacından fazlasını tükettirmeye yönelik propaganda hem TV programları, diziler, filmler ve hem de çizgi filmler aracılığı ile yapılmaktadır (Topateş, 2015, s.35; Wallman, 2018, s.25).

*Tek Boynuzlu Atın Sırrı* isimli bölümde Winx perileri ve alışveriş hazzı yinelenmiştir. Stella ve Bloom arasında geçen konuşma dikkate değerdir.

Stella: “İnanamıyorum, indirimde olan herşeyde indirim yapıyorlar. Bu ne demek biliyormusun?”

- Bloom: “Hızlı alışveriş turumuz, sonsuz bir yolculuğa dönüşüyor mu demek?”
- Stella: “Hayır, ne kadar çok alırsak, o kadar çok tasarruf ediyoruz, demek” (Straffi, 2016).

Tehlikede bir Peri (Winx Club - 4. Sezon 6. Bölüm) bölümünde de, Winx perilerin kahvaltı yaptıkları sahneler vardır. Zayıf ve muazzam dış görünüşleri olan bu periler, uyanmak için üç şekerli kahve içerken yanında bol bol kruvasan, bisküvi ve şekerleme yemektirler. Oysa ki, zayıf kalmak isteyen bir insan bu tür yiyeceklerden uzak durması gerekmektedir (Straffi, 2016).

*Stella'nın Büyük Partisi* (Winx Club - Sezon 6 Bölüm 20) bölümünde bir peri ziyafeti vardır. Yiyeceklerin tümü günümüzün çokça talep gören ve satılan ürünleridir. Pizza, cupcake, pasta, çikolata, şekerleme, limonata v.s. vardır. Partinin sonunda Stella kraliçe olmanın, sabır, alçakgönüllük ve bol sevgi gerektiren çok ciddi bir iş olduğunu fark ettiğini itiraf etmektedir. Oysa ki, serinin tüm filmlerinde tüm zorluklarla sihirle mücadele ederler, dışardan atanan kendinden olmayan bir güçtür bu. Filmin sonunda Bloom tarafından hazırlanan pizzayı Stella ve Brondon yiyerek, yıldönümü kutlaması yaparlar. Parıltılı kıyafetleri ve renkli yaşamları ile Wings perileri günümüz tüketim kültürünün birer simgesi gibidir (Straffi, 2018).

*Prences Balosu* (Winx Club - Sezon 3 Bölüm 1) isimli bölümde ise tatil zamanı gelmiştir ve tüm periler hazırlanmaktadır. Stella bavullarını düzenlemektedir. Stella: “Bu annem bu da babam için, Hayır dur. Annemin pikniği için mavi buluzaya ihtiyacım var. Babamın kraliyet geçidine kırmızı elbise giymeliyim,” der. Peri arkadaşı ise “Stella endişelenmeyi bırak, bence. Elinde her ne varsa ikiye böl, Sonra elinde her ne varsa onu giy,” der. Stella ise saçmala diyerek kızar (Straffi, 2012).

*Doğanın Öfkesi* bölümünde (Winx Club - 4. Sezon 18. Bölüm) kızlar grubu bir partide şarkı söylemek üzere çağrılır. Giyinirler. Pretty music barda çalmak üzere giderler. Uzmanlar grubu Winx perilerini görünce gözleri kamaşır ve çok çarpıcısının kızlar derler. Diğer taraftan bir diğer genç oğlan, “ama aksesuarlarınızı biraz abartmış olabilirsiniz” der. Stella sinirlenerek, “şuna bakın bize moda tüyosunu veriyorsun” diyerek cevap verir. Kızlar şarkı söylemeye başlar. Şarkı sözleri ise tamamıyla dış görünüş üzerinedir. Sabah kalktım, bugün yine çok geç kaldım, saçımı yaptım güneş parlak harika, dışarı çıktım arkadaşlar beni bekler...Tüm bölümlerde uzun saçları, aksesuarları, kıyafetleri, ince beden ölçülere ile günümüz güzel kadın imgesine uygun nitelikler taşırlar (Straffi, 2012).

Günümüz toplumunda beden imajı, tüketim toplumunun estetik hazzının ilgi odağı olmuştur. Nitekim insanlar sağlıklı bir vücuda sahip olmaktan ziyade, dış görünüşteki albeninin artırılması için çabalamaktadır. Güzellik ve spor merkezlerin günden güne artması, toplumda algılanan yönde güzel bir bedene sahip olmak isteyen insanlara hitap etmektedir. Medya aracılığı ile empoze edilen ideal bedene ve dış görünüşe sahip olmak üzere güzellik kliniklerine giden, diyet ve spor yapan kadın ve erkekler teşvik edilir ve övülür. Güzel bir dış görünüş, özgüvenin, sempatinin ve ilginin merkezinde yer alırken tüketim ve kimlik oluşumunu şekillendirir (Ersoy, 2014, s.63).

#### 4. WINX CLUB PERİLERİ, ÖZERKLİK VE KENDİ KADERİNİ TAYİN EDEBİLME

Özerkliğin çeşitli tanımları vardır. Özerklik terimi eski Yunancadan gelmektedir. İki kelimeden oluşur: autos (kendisi) ve nomos (kural). Bu terim, bir kişinin hayatta kendi kurallarını koyma ve bağımsız olarak karar verme yeteneğini tanımlar. İnsanların kendi hayatlarını şekillendirmek için özgür olmaları gerektiği fikri, çoğu özerklik açıklamasının merkezinde yer alır (Gumbis, Bacianskaite ve Randakeviciute, 2008, s.79).

Bireylerin kişisel gelişiminde çok önemli yere sahip olan özerklik, kişilerin üst düzey eylem planlarına göre hareket etmelerini sağlayan gelişmiş ya da gelişmemiş kapasiteleri hakkında karmaşık bir varsayımdır. Frankfurt'un belirttiği gibi, insanlar "tercihleri ve amaçları bakımından olduklarından farklı olmayı isteme yeteneğine sahiptirler. Özerkliği oluşturan karmaşık yetenekler arasında dil ve özbilinç, bellek, mantıksal ilişkiler, inançlar ve bunların geçerliliği hakkında ampirik akıl yürütme (zeka) ve eylem planlarının kendi terimleriyle kullanılabilmesi normatif ilkeleri kullanma kapasitesi yer almaktadır. Hangi amaçların daha etkili ve tutarlı bir şekilde gerçekleştirilebileceğine ilişkin rasyonel seçim ilkeleri de dahil olmak üzere, eylem planlarının değerlendirilebileceği normatif ilkeleri kullanma kapasitesine de sahiptir insanoğlu (Richards, 1981, ss. 6-7).

Özerkliğe ve akıl yürütmeye dair en çarpıcı çizgi filmlerden birisi Viking Vicky'dir. Her sorunu düşünerek ve akıl yürüterek çözen Vicky, güçlü korsan Swan karşısında babası reis Halvar ve tayfasını korumaktadır. Tüm tayfa Vicky'nin aklına güvenmektedir. Benzer şekilde özerkliği tercih eden ve kovandan ayrılarak ormanda yaşayan Arı Maya'da akli ve kapasitesi sayesinde hayatta kalmayı ve özerk olmayı başarmıştır. Oysa ki Winx Club çizgi filmi kahramanı altı perininin, kötülükle mücadelede sahip olduğu en önemli güç sihirlilerdir. Bu güç dışardan atanan kendinden olmayan kendi öz iradesi dışında bir olgudur ve özerklik karşıtı bir nitelik taşır. Modern hayatın ve teknolojinin tüm nimetlerinden yararlanan perilerin sahip oldukları tek şey ise sözde güzellikleri ve giyim kuşamları ile günümüz modasını takip etmeleridir.

*Arkadaşlar Ne İçindir* bölümünde (Winx Club-7.Bölüm), Faragonda (Alfea'nın Müdürü) tarafından kendilerini tehlikeye soktukları için okulunun tamamını temizlemekle cezalandırılan Winx perileri, temizlik araçlarını doğru kullanamaz ve temizliği tamamlayamaz. Bilhassa Stella tırnaklarının kırılmasından saçının bozulmasından şikâyet etmektedir ve büyüyle temizliği yapamadıkları için üzülmemektedir. Sonunda uzmanlar ismindeki erkek arkadaşlarını yardıma çağırırlar (Straffi, 2012).

#### 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Baudrillard, Tüketici Toplumu isimli eserinde, tüketim toplumunun geçmişten günümüze gelen bir olgu olmaktan ziyade, topluma tüketimin öğretildiği yada tüketmeye yönelik bir toplumun yetiştirildiğinden söz eder. Pekçok araştırmacı tüketim toplumunun nasıl meydana geldiğini sorgulamaktadır. Ritzer için Batı'nın ürettiği tüketim miti, aynı zamanda kültürel bir asimilizasyonu getirmiştir. Bilhassa iletişim kanallarının artması her iki taraf için kültürel propagandanın hızla yayılmasını sağlamıştır. Wallman, "İstif Çağı" kitabında tüketimin teşvikinin 1900'lu yıllarda giderek arttığını söylemektedir. Fordist imalat sanayiinin geliştiği ve kitle üretimine geçen ABD için, üretmek kolaylaşınca üretilenleri tüketmek üzere nasıl söylem değişikliğine gidildiğini anlatan Wallman, Hendry Ford için başlangıçta en önemli şeyin ürettiği arabanın kalitesi iken zamanla nasıl ağız değiştirdiğini ve tek kullanımlık yakalar, kullan-at ürünler ve artan tüketim imgelerinden bahseder.

Bu çalışmada, Winx Club çizgi film serisi üzerine bir analiz yapılmıştır. Filmin hedef kitlesi olan, çocuklar, gençler, ebebeynler için güzellik tüketimi ve tektip güzellik üzerine özendiriciler içeren söylev, imge ve semboller ihtivaeden film serisi, büyük bir hedef kitlesine ulaşmıştır. O kadar ki, sadece bebekler yada oyuncaklar değil, kırtasiye malzemeleri, süreli dergiler, elbiseler, simli kanatlar, makyaj malzemeleri, ayakkabılar gibi türlü türlü eşyanın hem sanal hem de alışveriş merkezlerinde satılmasını teşvik etmiş ve büyük bir pazar payına sahip olmuştur.

Wargo'ya göre her yaşta ve hayatın her alanında, çekici insanlar daha olumlu değerlendirilir, daha iyi muamele görür ve daha rahat davranırlar. Anneler çekici bebeklere daha fazla sevgi gösterir. Öğretmenler daha çekici öğrencileri tercih eder ve onları daha zeki olarak değerlendirir. Çekici yetişkinler, çalışmaları için daha fazla para alırlar ve flört etme ve ilişkilerde daha başarılı olurlar Zebrowitz ve Montepare'ye göre daha az çekici, daha az ortalama, daha az simetrik, daha yaşlı veya cinsiyetleri için daha az prototip olan yüzler, daha olumsuz sosyal sonuçların yanı sıra daha düşük sosyal yetkinlik, sosyal güç, cinsel duyarlılık, zeka ve/veya daha kötü sağlık izlenimi yaratır.

Bu bağlamda üzerinde çalıştığım Winx Club çizgi filminin Wings perilerinin çocuklar ve gençler üzerinde ürettiği etki incelenmiştir. Zira kız çocuklarının davranış ve eylemlerini değiştiren bu film serisi, yapay güzeleğe ve prenses olmaya yönelik imgelerle doludur. Oysa ki gerçek hayatta prenseslik diye bir meslek neredeyse yoktur ve günümüz rekabet ortamında planlı bir şekilde çalışmadan zengin ve nüfuzlu doğmayan bir kız çocuk için bir meslek edinmek bile bir hayli zordur. Sosyal psikoloji açısından kişinin nesnelere (giysiler, süs eşyaları, arabalar, güzellik ürünleri...) ile kurduğu ilişki, toplumda kendini değerli hissetme ve statü arzusu ile ilişkilendirilebilir. Güzelliğin metalaştığı film serisinde, alışveriş bir hazdır. Zira periler, bütün dolapları elbiseler, giysiler, ayakkabılar, makyaj malzemeleri ile doldurmak, aşırı tüketim özendirilmekte, ormanda dahi abartılı kıyafetleri ile dolaşmakta, en son model elektronik eşyaları kullanmak, pizza, cupcake ile beslenmektedir. Bir taraftan pandaları, turnaları sihirli güçlerin ellerinden kurtaran iyi periler, sanki bu hayvanların neslinin tükenmesinin esas nedeni aşırı tüketime bağlı aşırı üretim ve küresel ısınma değilmiş de, sihirli gibi kurguyu gerçek gibi göstermektedir. TLC televizyon kanalındaki Kupon Biriktiriciler gibi Winx perileri de indirimde olan herşeyi almanın satın alarak tasarruf yapmak olduğunu söyleyerek insanları yanıltmaktadır. Zira evdeki heryeri kullanmadığı eşyalar ile dolduran kupon biriktiricisi ailesine satın alarak tasarruf yaptığını söylemektedir. Böylece, aşırı alışveriş, aşırı tüketim obezite başta olmak üzere pekçok sorunu beraberinde getirirken, güzellik tüketimi ise her sene daha fazla güzellik merkezinin açılmasına da neden olmaktadır.

Genellikle kız çocukları Winx Club filmi hayranı olan ebebeyn grubu, perilerin beden ölçülerinin gerçek olamayacak kadar ince olduğu, kız erkek arkadaş konusunun fazlaca yer bulduğu, süper güçlere sahip yarı giyinik ve yüksek topuklu bir grup kızın kötülükle savaşıyor olduğu, perilerin cinselleştirildiği, kızlar ne isterse elde eder şeklinde şarkılı mesajlarının olduğu, küçük çocukları korkutan canavarların varlığı, perilerin anoreksik olduğu ve çocuklara zayıf bir benlik imajı verdiği, konuşmalarının alay dolu olduğunu, kötü bir tavırla karşılık vermenin normal sayıldığı, görünüşün ve modanın ön plana çıktığı, Wings perilerin karşısındaki Trix cadılarının da kadın olduğu şeklinde yorumlar yapmışlardır (Parents reviews for Winx Club, 2021).

Bir diğer konu ise perilerin sihirli güçleri olmadan sahip oldukları tek şeyin dış görünüşleri ve güzellikleri olmasıdır. Oysa ki, Stella isimli peri güzelliği modayı takip etmek, takmak taşıtmak aşırı aksesuar kullanmak olarak olarak göstermektedir. Sadelik ve asaletle ilişkisi olmayan bu yeni güzellik kavramı ile yukardan atanan sihirli güç gerçek hayatla hiçbir

bağlantısı olmayan tüketim kültürünün belirleyicileridir. Özerklik, kendine güven, zeka, kendi kurallarını koyma, kendin olma ve kendi kaderini belirleme ile ilgilidir. Sihirli güçlerini kullanarak zafer kazanan perilerin kendi kaderlerini belirleyebilme öz yeterlilikleri bulunmamaktadır.

## KAYNAKÇA

- Akça, F. ve Çilekçiler, N.K. (2019). Okul Öncesi Dönemdeki Çocukların En Çok Etkilendiği Çizgi Film Karakterleri ve Bu Karakterlerle Özdeşleşmelerinin Yol Açabileceği Dijital Tehlikeler. *Addicta*, 6(2), 403–433
- Altıntaş, İ.N. (2016). 9-11 yaş arası öğrencilerin çizgi film ve animasyonlardan edindikleri değerler ve rol model alma durumları. *Route Adicational and Social Science Journal*, 3(2), 315-335.
- Barbosa, A.S., Romani-Dias, M & Veludo-de-Oliveira, T.M. The Facets of Women Commodification: Violence in the University Context in Administration. *Journal of Contemporary Administration*, 582-599.
- Baudrillard J. (2013) *Tüketim Toplumu*. (Hazal Deliceçaylı ve Ferda Keskin, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Boccaro, N. (2007). Is it possible to control the spread of a globalized culture? *Sociology, Physics, Mathematics, Computer Science*, 1-13.
- Caposella, A. (2008). Effects of Social Class and Body Image on Self-Esteem. *Journal of Undergraduate Psychological Research*, (3), 52-57.
- Danziger, P.N. (01.09.2019). 6 Trends Shaping the Future of the \$532B Beauty Business. <https://www.forbes.com/sites/pamdanziger/2019/09/01/6-trends-shaping-the-future-of-the-532b-beauty-business/?sh=699e01ca588d>, Erişim Tarihi: 03.09.2021.
- Dış görünüş psikolojisi etkiliyor. *Milliyet* (26.11.2014). <https://www.milliyet.com.tr/pembenar/dis-gorunus-psikoloji-etkiliyor-1964742>, Erişim Tarihi: 31.12.2020
- Doğru, H.Ç. (2020). Canlandırma Sinemada Çizgi Roman Estetiği: “Spiderman: Into the Spider-Verse” Örneği. *Journal of Arts*, (3), 189-204.
- Dünyanın 'en zengin' kişisi değişti. *Cumhuriyet* (08.08.2021). <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/dunyanin-en-zengin-kisisi-degisti-1858859>, Erişim Tarihi: 09.03.2021.
- Ekici, F.Y. (2015). Çizgi Filmlerin Çocuklar Üzerindeki Etkilerine İlişkin Çok Boyutlu Bir Değerlendirme. *Türk & İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(5), 70-84.
- Eroltu, T. (24.07.2017). Çizgi Filmlerin Algınızı Yönettiğini Biliyor musunuz? <https://www.milliyet.com.tr/pembenar/tuvana-eroltu/cizgi-filmlerin-alginizi-yonettigini-biliyor-musunuz-2490897>, Erişim Tarihi: 09.02.2021,
- Ersoy, E. (2014). Tüketim Aynasında “Göz”e Yansıyan Seyirlik ve Sembolik Kimlikler. *Sosyoloji Konferansları*49, 47-74.
- Frisk, H., ve Yoshida, M. (2005). New Communications Technology in the Context of Interactive Sound Art: anempirical analysis. *Organised Sound*, 10(2), 121-127.
- Gumbis, J., Bacienskaite, V., & Randakeviciute, J. (2008). Do Human Rights Guarantee Autonomy? *Cuadernos Constitucionales de la Cátedra Fadrique Furió Ceriol* (62/63), 77-93.

- Heimann, W.M.K. (2019). "Evil at A Glance": "The Etude" Educational Cartoons from the Etude Music Magazine. Doctorate Thesis, Boston University, USA.
- Hortaçsu, N. (2012). *En Güzel Psikoloji Sosyal Psikoloji*. İstanbul: İmge Kitapevi.
- Ibili, E. and Sahin, S. (2016). The use of cartoons in elementary classrooms: An analysis of teachers' behavioral intention in terms of gender. *Educational Research and Reviews*, 11(8), 508-516.
- Ja, W.K. (2004). The Beauty Complex and the Cosmetic Surgery *Industry Korea Journal*, 52-82.
- Krebber, A. (2020). Traces of the Other: Adorno on Natural Beauty. *New German Critique* 47(2), 169-189.
- Kurttekin, F. (2013). *Meb Tarafından Tavsiye Edilen 100 Temel Eserden Popüler Olan On Kitap Örneğinde Dinî ve Ahlâkî Değerler*. Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Levin, D.E. and Carlsson-Paige, N. (1994). Developmentally Appropriate Television: Putting Children First. *Young Children*, 49(5), 38-44.
- Liu, K., Chen, Jun-Hong and Chang, Kang-Ming (2019). A Study of Facial Features of American and Japanese Cartoon Characters. *Symmetry*, 11 (664), 1-24.
- Mishra, S. (2016). Cartooning History: Lai's Fiji and the Misadventures of a Scrawny Black Cat. *The Contemporary Pacific*, 28 (1), 97-126,
- Oral, S.G. (2014). *Lüks Tüketim Algisi ve Lüks Tüketim Odaklı Tüketici Davranışları Üzerine Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Özmkas, U. (2016). *Biyopolitika Kavramına Dair Bir Soruşturma*. Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Parents reviews for Winx Club (2021). <https://www.commonsemmedia.org/tv-reviews/winx-club/user-reviews/adult?page=1>, Erişim Tarihi: 07.12.2021
- Pop, C. (2016). Self-Esteem and body image perception in a sample of university students. *Eurasian Journal of Educational Research*, (64), 31-44.
- Reddy-Best, KL. (2020). Physical Attractiveness: Dress, Appearance, and Diversity in Society. <https://iastate.pressbooks.pub/dressappearancediversity/chapter/physical-attractiveness/> Erişim Tarihi: 04.09.2021,
- Richards, D.A.J.(1981). Rights and Autonomy. In Ethics. *The University of Chicago Press Special Issue on Rights*, 92(1), 3-20.
- Rudd, N.A. and Lennon, S.J.(2001). Body Image: Linking Aesthetics and Social Psychology of Appearance. *Clothing and Textiles Research Journal*, 19(3), 120-133.
- Stevenson, R. (25.01.2021). Fate: The Winx Saga's Biggest Changes from the Nickelodeon Cartoon., <https://screenrant.com/fate-winx-saga-club-cartoon-netflix-changes-differences/> Erişim Tarihi: 08.02.2020.

- Straffi, I. ve Molyneaux, S. (Yönetmen), (February 22, 2008). *Winx Club Kayıp Krallığın Sırrı* (Film). İtalya: Rainbow S.p.a, <https://www.dsmartgo.com.tr/film/detay/winx-club-kayip-kralligin-sirri/13899>, Erişim: 23.03.2021.
- Straffi, I. (Yönetmen), (October 8, 2012). *Winx Club Prenses Balosu* (Film), (3. Sezon 1. Bölüm). Rainbow S.p.a, <https://www.youtube.com/watch?v=812X54fohlw&t=153s>, Erişim: 12.12.2020.
- Straffi, I. (Yönetmen). (December 20, 2012). *Winx Club Arkadaşlar ne içindir?* (Film) (1. Sezon 7.Bölüm) İtalya: Rainbow S.R.L, <https://www.youtube.com/watch?v=pKSe9NbpUy0>, Erişim: 15.05.2021,
- Straffi, I. (Yönetmen). (January 31, 2012). *Winx Club Doğanın öfkesi* (Film) (4. Sezon 18. Bölüm). İtalya: Rainbow S.p.a, <https://www.youtube.com/watch?v=qY3WYppVlIM&t=50s>, Erişim: 14.04.2021.
- Straffi, I. (Yönetmen). (September 10, 2013). *Winx Club Alfea'da Dersler Başlıyor.* (Film). (1. Sezon 3.Bölüm). İtalya: Rainbow S.R.L, <https://www.youtube.com/watch?v=uhiZkjjpJbk>, Erişim: 29.12.2020.
- Straffi, I. (Yönetmen), (October 3, 2014). *Winx Club Okyanusun Gizemi* (Film), İtalya; Rainbow presenta, <https://www.youtube.com/watch?v=2c77urMJzy8>, Erişim: 30.01.2021.
- Straffi, I. (Yönetmen), (November 30, 2015). *Valtor'un Kutusu* (Film), (3.Sezon, 8.Bölüm), İtalya: Rainbow S.p.a, <https://www.youtube.com/watch?v=wqYpeH84qW8>, Erişim: 21.02.2021.
- Straffi, I. (Yönetmen), (December 10, 2016). *Winx Club Tek Boynuzlu Atın Sırrı* (Film), (7. Sezon 13. Bölüm), İtalya: Rainbow S.p.a, [https://www.youtube.com/watch?v=Zt\\_5JuAw4Zg](https://www.youtube.com/watch?v=Zt_5JuAw4Zg), Erişim: 10.10.2020.
- Straffi, I. (Yönetmen), (December 27, 2016). *Winx Club Tehlikede bir peri* (Film), (4. Sezon 6. Bölüm). İtalya: Rainbow S.p.a, <https://www.youtube.com/watch?v=4sVNZpCE600&t=828s>, Erişim: 21.02.2021.
- Straffi, I. (Yönetmen), (April 21, 2017). *Winx Club Uzak yansımalar* (Film), (5. Sezon 17. Bölüm), İtalya: Rainbow S.p.a, <https://www.youtube.com/watch?v=fPfbRNlQBA>, Erişim: 12.02.2021
- Straffi, I. (Yönetmen), (February 9, 2018). *Winx Club Stella'nın Büyük Partisi* (Film) (6.Sezon, 20.Bölüm), İtalya: Rainbow S.p.a, [https://www.youtube.com/watch?v=2ykuY\\_Nv0zA](https://www.youtube.com/watch?v=2ykuY_Nv0zA), Erişim: 15.12.2020.
- Şenol, D. (2013). *Sosyal Psikoloji*. (Hamit Coşkun, Ed.). 2. Baskı. İstanbul: Elma Basım.
- Ştefan-Sebastian, M. (2014). Schiller's Aesthetic Freedom and the Challenges of Aesthetic Education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 163, 169 – 178.
- Topateş, A.K (2015). Tüketim Toplumunda Tükenen Bedenler: Kozmetik Reyonu Çalışanları ve Estetik Emek. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 6(2), 32-54.
- Wallman, J. (2018). *İstif Çağı*. (Senem Karagözoğlu, Aytaç Özgören, Çev.). İstanbul: Doğan Egmont Yayıncılık ve Yapımcılık Tic.A.Ş.



- Wargo, E. (2011). Beauty is in the Mind of the Beholder. <https://www.psychologicalscience.org/observer/beauty-is-in-the-mind-of-the-beholder> Erişim Tarihi: 04.09.202.
- Wiersma, Beth A. (2000). The Gendered World of Disney: A Content Analysis of Gender Themes in Full-length Animated Disney Feature Films, (2000). *Electronic Theses and Dissertations*. 1906.
- Wijethilaka, R.G.T. S (2020). Effect of cartoons on children. <https://www.researchgate.net/publication/345066689>, Erişim Tarihi: 07.02.2020,
- Yang, W.S. (2012). *The Impact of Cartoon Characters and Front-of-Package (FOP) Nutrition Information on Parental Perceptions of Children's Food Products*. Master Thesis, the University of Waterloo, Canada
- Yetim, G. ve Sarıçam, H. (2016). Çizgi film programlarının çocuklara etkisi konusunda ailelerin bilgi ve farkındalık düzeylerinin incelenmesi. *OPUS – Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 6(11), 341–364.
- Zebrowitz, L.A. and Montepare, J.M. (2008). Social Psychological Face Perception: Why Appearance Matters. *Soc Personal Psychol Compass*. 2(3), 1-16.