

ANNELİK ROLÜNÜN ÖĞRENİLME SÜRECİNDE MEDYANIN YERİ

Yrd. Doç. Dr. Elif Gizem UĞURLU*

Öz

Annelik, doğuştan getirilen bir güdü değildir. Kadınların önceki kuşaklardan devraldığı bir roldür. Kadın ya da erkek olarak doğmak biyolojik bir olgu olduğu gibi, kişinin kadın ya da erkek olmayı toplumsallaşma süreci içinde öğrenmekte olduğu da kabul edilmektedir.

Medya var olan toplumsal, kültürel statünün sürdürülmesinde koruyucu olarak yer almakla birlikte değişim ve dönüşüm için de kullanılabilir bir gücü bulunmaktadır. Medyanın kadınların eve ve aileye ilişkin rollerinin önceliğini vurgulayan basmakalıp imgeler kullanmakta olduğunu bilinmektedir. Etkileşim yolu açılmış ya da araçlar çeşitlenmiş olsa da iletişim araçları ideolojinin bir parçası olarak işlevini sürdürmeye devam etmektedir. Anneliğin öğrenilme sürecinde de medyanın çok büyük önemi bulunmaktadır. Egemen ideoloji kitle iletişim araçları aracılığı ile kadınlar için biçilen rolü tekrarlamakta kadınlar da bu rolleri içselleştirmekte, sosyal yapılandırma olduğunun farkına varmaksızın kabullenebilmektedirler.

Bu araştırma kapsamında akademisyen anneler ile görüşülerek, annelik rolünü öğrenme sürecinde medyanın, özellikle de internet, televizyon ve yazılı basının yeri saptanmaya çalışılmıştır. Nitel yöntem benimsenmiş, araştırma yöntemi olarak da derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Kişisel deneyimleri belli bir sistematik içinde anlatmak, belirli kurallar, kuramlar çerçevesinde yorumlamanın da önemli olduğu düşünülerek çalışma gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Annelik, Toplumsal Cinsiyet, Medya

MEDIA'S ROLE IN THE PROCESS OF LEARNING THE ROLE OF MOTHERHOOD

Abstract

Motherhood is not an innate drive. It is a role that women take over from previous generations. It is accepted that being born as a woman or man is a biological phenomenon and people learn to become a woman or man in the process of socialization.

* Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi, Sinema ve Televizyon Bölümü Öğretim Üyesi. egugurlu@anadolu.edu.tr

Media takes place as a protector in the maintenance of social and cultural status. On the other hand, it has a side which can be used for change. It is known that media uses stereotypical images emphasizing the priority of women's role concerning home and family. Even though the path for interaction is opened or tools are varied, communication tools continue to operate as a part of ideology. In the process of learning motherhood, media has a significant part. The dominant ideology repeats the role assigned to women via mass communication tools and women internalize these roles and accept them without noticing that they are social structuring.

Within the scope of this research, interviews are made with mothers who are academicians and media's especially internets, TV's and press's place is tried to be detected in the process of learning the role of motherhood. In this research qualitative interviews is used. The research is implemented by considering that telling personal experiences within a certain system and interpreting them within particular rules and theories is important.

Key Words: Motherhood, Gender, Media

1. Giriş

Belli bir döneme kadar tarih yazarlarının erkek oldukları ve dolayısıyla kadınların tarihinin de erkekler tarafından yazıldığı unutulmamalıdır. Dünya üzerinde kadınların kendilerini ve deneyimlerini yazmaya başlamalarının üzerinden çok zaman geçmedi, Türkiye'de ise daha da yeni olduğu söylenebilir.

Türkiye'de 2000 yılına kadar basımı yapılan annelik ve bebek bakımı kitapları sayısına bakıldığında günümüzde olduğu kadar çeşitli olmadığı görülecektir. Günümüzde yabancı dilden çevrilmiş kitaplar, kitap raflarında bulunuyor ise de, fiyatları asgari ücretin onda biri ile yirmide biri arasında değişken olan bu kitapların, pahalı olduğunu teslim etmek gerekir. Kadın dergilerinin temeli Cumhuriyet'in ilanından sonraya denk gelse de annelik ve bebek bakımı ile ilgili dergilerin de yaklaşık 20 yıllık bir yayın geçmiş vardır. Gazetelerin eklerinde yer alan annelik ve bebek bakımına ait bilgilerin de yıllar içinde arttığını gözlemlemek mümkündür.

Magazin haberleri içinde ünlülerin annelik ve bebek bakımları, ya da bebekleri ile ilişkileri üzerinden haberler yer alırken konu, sonunda, nasıl eski kilolarına döndükleri olabilmektedir. Radyo ve televizyon programları ise, izleyiciye ulaşma bakımından en yaygın olanları kabul edilebilir. Annelik ve bebek bakımına dair bilgilerin verildiği, uzman görüşlerine başvuru ya da aktarılan programlar bulunmaktadır. Ancak doğrudan annelik ve bebek bakımına dair içeriğin haberler, diziler, magazin programlarında yoğun olmadığı söylenebilir. Ancak annelik ve bebek bakıma örtük mesajlar birçok program türünde yer alabilmektedir. Son yıllarda artan internet siteleri ve blog yazılarının da annelik rolünün şekillenmesine katkısı olduğu söylenebilir.

Bu araştırma kapsamında akademisyen anneler ile görüşülerek, annelik rolünü öğrenme sürecinde internet, televizyon ve yazılı basının yeri saptanmaya çalışılmıştır. Kişisel deneyimleri belli bir sistematik içinde anlatmak, belirli kurallar, kuramlar çerçevesinde yorumlamanın da önemli olduğu düşünülerek nitel yöntem benimsenmiş ve çalışma gerçekleştirilmiştir.

Eskişehir’de bulunan Anadolu Üniversitesi’nin çeşitli fakültelerinde görev yapan son bir yıl içinde anne olmuş ve yeniden göreve başlamış 9 akademisyen annenin görüşleri yüz yüze derinlemesine görüşme tekniği ile alınmıştır. Araştırmayı sınırlandırma zorunluluğu içerisinde son bir yıl içerisinde bebek dünyaya getirdikten sonra yeniden göreve başlamış anneler ile görüşülmüştür.

Ebeveynlerden, çevreden, okuldan ve medyadan nasıl anne olunması gerektiği öğrenilir. Bu çalışma kapsamında görüşülen dokuz akademisyen annenin, annelik rolünü öğrenme sürecinde medyanın yeri saptanmaya çalışılmıştır.

2. Toplumsal Cinsiyet, Roller ve Statü

Haralambos¹’un da ifade ettiği gibi, bütün canlılar biyolojik olarak üreme işlevi açısından kadın ve erkek olarak ikiye ayrılırlar ve bu görüş sosyologlar, antropologlar, psikologlar gibi bu konuda araştırma yapan kişiler tarafından da kabul görmektedir. Toplumsal yaşamda kadın ve erkekte beklenen davranışlar, nitelikler, belirtenler (karakteristikler), kısacası kadınla erkek kimlikleri aynı değildir². Kadın ya da erkek olarak doğmak biyolojik bir olgu olduğu gibi, kişinin kadın ya da erkek olmayı toplumsallaşma süreci içinde öğrenmekte olduğu da kabul edilmektedir.

1920’lerden sonra gerçekleştirilen akademik çalışmalar kadın ve erkekler arasındaki psikolojik farklılıkların neler olduğu ve nerelerden kaynaklandığı konusunda yoğunlaşmaktadır. 1940’lardan önce, Charles Darwin (1874), *Türlerin Kökeni*’nde “cinsel ayıklanma”dan bahsederken, Krafft-Ebing, Havelog Ellis ve Freud cinsiyeti erkeği baz alarak açıklayarak, konuya daha farklı bir açıdan yaklaşmaktadırlar. 1940’lara gelindiğinde ise “cinsiyet rolü”, “erkek rolü” ve “kadın rolü” terimlerinin kullanıldığı görülmektedir³. 1940’lardan sonra Toplumsal Cinsiyet konusunda akademik çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Sosyolog M. Haralambos⁴, “Kadın ve Toplum” başlığı altında bu konuda çalışan

¹ M. Haralambos, *Sociology Themes And Perspectives*, University Tutorial Press, Bungay, Suffolk 1984, s. 369.

² O. Onaran, S. Büker, A. Atif Bir, *Eskişehir’de Erkek Rol Ve Tutumlarına İlişkin Alan Araştırması*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir1998, s. 2.

³ R.W. Connel, *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar*, çev: C. Soydemir, Ayrıntı Yay., İstanbul 1998, s. 56.

⁴ Haralambos, *age.*, s. 369.

antropologlardan, psikologlardan, toplumbilimcilerden, sosyologlardan ve onların konuya yaklaşımlarından bahsetmektedir. Antropologlar; Lionel Tiger ve Robin Fox, insanların genetik olarak kodlanmış olsalar bile kültürden etkilenerek rollerini oluşturduklarını savunur. Başka bir Antropolog olan George Peter Murdock da kadın ve erkek arasındaki farklılığı cinsel iş bölümüne bağlamıştır. Aile ve toplumsallaşma konusunda çalışan Talcott Parsons ise, toplumsallaşmanın önemini ve rollerin toplumdan ve kültürel yapıdan etkilenişini açıklar⁵. Varoluşçu felsefeci de Beauvoir (1993), ise kadınlığı biyolojik, tarihsel ve etnografik boyutları ile incelemiştir. Tarihsel süreç içerisinde toplumsal cinsiyet sosyolojisinin de temelleri atılmıştır⁶.

Bu alandaki çalışmalar yüzyılın sonuna kadar dallara ayrılarak genişlemiştir. 1970'lerde "toplumsal cinsiyet" kavramı ortaya çıkmıştır. Bu ortak kavram; her toplumda kadın ve erkeği birbirinden ayıran, kadın ve erkek arasındaki bu toplumsal ve kültürel farklılıkları ifade eder. 1970'lerden itibaren toplumsal cinsiyet çalışmalarında üç aşama öne çıkmaktadır. Bireylerin biyolojik özelliklerinden kaynaklandığı konusunda görüş birliği bulunan cinsiyet farklılıklarına vurgu yapan birinci aşama, kadını bireye indirgemeyen öğrenilen cinsiyet rollerine ve toplumsallaşmaya vurgu yapan ikinci aşama ve sınıflı ve ataerkeil bütün sosyal sistemlerde merkezi bir rolü olduğunun kabul edildiği üçüncü aşama⁷. Toplumsal cinsiyet feminist perspektifli sosyoloji için önemlidir. Çünkü kadın erkek arasındaki eşitsizliğin görünür olmasına yardım eder. Toplumsal cinsiyet (Gender) terimini sosyolojiye sokan, Ann Oakley', "cinsiyet" (sex) biyolojik olarak erkek - kadın ayrımını anlatmakta, toplumsal cinsiyet (gender) ise "erkeklik ile kadınlık arasındaki buna paralel ve toplumsal bakımdan eşitsiz bölünmeye" gönderme yapmaktadır ve "kadınlar ile erkekler arasındaki farklılıkların toplumsal düzlemde kurulmuş" yönlerine dikkat çekmektedir⁸. Oakley, toplumsal cinsiyetin bir kültürden diğerine farklı tanımlanabildiğini ve farklı ölçütleri olduğunu ifade etmektedir⁹. Ivan Illich¹⁰, terimin, gramatik yapısından kaynaklanarak geliştirdiği tanımında; erkeklerle bütünleşen yerlerin, zamanların, aletlerin, görevlerin, konuşma biçimlerinin, jest ve kavrayışlarının kadınlarla bütünleşenlerden ayırt edici olduğunu ifade etmektedir. Bu

⁵ Haralambos, *age.*, s. 370-372.

⁶ Elif Gizem Uğurlu, *Türkiye'de Ulusal Televizyon Kanallarında Yayınlanan Reklamlarda Annelik Rolünün Sunumu*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir 2003, s. 8.

⁷ Yıldız Ecevit, "Toplumsal Cinsiyet Sosyolojisine Başlangıç" *Toplumsal Cinsiyet Sosyolojisi*. Ed. Yıldız Ecevit, Nadide Karkıner, Anadolu Üniversitesi yayınları no: 2307, Eskişehir 2011, s. 4.

⁸ Gordon,1999, s. 98.

⁹ Ann Oakley, *Sex Gender & Society*. The Camelot Press, England 1989, s. 158.

¹⁰ Ivan Illich, *Gender*, çev: Ahmet Fethi, Ayraç Yayınevi, Ankara 1996, s. 13.

bütünleşmenin bir zaman ve yere özgü oluşundan dolayı toplumsal cinsiyeti oluşturduğunu savunmaktadır¹¹. Bir toplumdan diğerine, kadınlığa ve erkekliğe yüklenen değerler değişebilmektedir. Toplumsal cinsiyet; toplumsal ve kültürel olarak belirlenmektedir. Tarihsel süreçten etkilenebilirken, biyolojik cinsiyetten de farklıdır¹². Toplumsal cinsiyet, toplumun görmek istediği normları içermektedir. Connell¹³'e göre; kadın ve erkek rolleri, kendilerini sunum şekilleri, konuşmaları, davranış kalıpları, giyim kuşam kodları bir toplumdan diğerine farklılık göstermektedir ve toplumsal kurumlar aracılığı ile de bu normlar ve kalıplar bireyi şekillendirmektedir. Sonuç olarak kadın ve erkek arasındaki kültürel ve toplumsal olarak yapılandırılmış olan farklılıkları ifade etmek için toplumsal cinsiyet teriminin kullanıldığı anlaşılmaktadır. Connel¹⁴ bireysel davranış için toplumsal olarak hazırlanmış, önceden öğrenilen sonradan da sahnelenen bir senaryo nosyonunun, toplumsal cinsiyete de uygulanabileceğini de savunmaktadır. Burada devreye rol kavramı girmektedir.

Sözlük terimi olarak rol, “bireyin çevresi veya çeşitli çevreleri içinde davranışları”¹⁵ olarak tanımlanmaktadır. “Rol” terimini kullanan ilk kişi olan Linton’dan bu yana ‘rol’ sözcüğünün sosyolojinin toplumsal düzeni kapsadığı bireylerin karakteristik davranışlarına bağlamak için kullanılan bir kavramdır ve rolün insanları toplumsal cinsiyetsiz kavramlarla çözümlenebilen bir çoğulun parçası yapmak için kullanılan bir araçtır¹⁶. Toplumun bütün üyeleri bir sosyal pozisyona sahip bulunur ve statü adı verilen bu pozisyonun karşılığında beklenen davranışlar vardır. Haralambos¹⁷ da her statü karşılığında sergilenen bu davranışlara rol adını vermektedir. Rol, bireyin toplum içindeki konumu olarak da bilinen kavramdır ve bireylerin toplumdan beklentilerini ve toplumsal yaşamın bireylere yüklediği görevleri tanımlamaktadır. “Cinsiyet rolü” kavramının temelinde “cinsiyet” ve “rol” kavramları bulunmaktadır. Cinsiyet, kadınlık ve erkeklik olarak ayrılırken, rol, toplumda kişinin işgal ettiği konuma, konumuna özgü olarak sergilediği davranışlara, konumuna uygun olarak toplumun beklentilerine, davranışların sergilendiği izleyicilere, toplumda karşı karşıya bulunulan kişilere ve toplumsal yaptırımlar aracılığı ile şekillendirilen tutumlarla

¹¹ Uğurlu, *age.*, s. 6.

¹² Haralambos, *age.*, s. 369; Giddens, 1994; İlich, *age.*, s. 13-14; Nermin Abadan Unat, “Söylemden Protestoya: Türkiye’de Kadın Hareketlerinin Dönüşümü”, *75 Yılda Kadınlar ve Erkekler*, Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul 1998, s. 49.

¹³ Connell, *age.*, s. 174.

¹⁴ Connel, *age.*, s. 56.

¹⁵ Orhan Hançerlioğlu, *Felsefe Ansiklopedisi: Kavramlar ve Akımlar*, Remzi Kitabevi, İstanbul 2000, C. 1, s. 418.

¹⁶ İlich, *age.*, s. 102.

¹⁷ Haralambos *age.*, s. 8.

meydana gelmektedir. Rol kavramı; toplum, normlar, değerler, stereotipler, statü gibi kavramlarla da içi içedir.

Haralambos¹⁸ a göre; toplum içindeki her üyenin bir sosyal pozisyonu bulunur ve bu da statü olarak adlandırılır. Batı toplumlarında meslek sahibi olmak, çoğunlukla bireysel statünün işareti olarak kabul edilir. Aile içinde de erkek ya da kız çocuk olmak, baba ya da anne olmak veya kadın ya da erkek olmak bulunan bir statü işaretidir. Statülerin biyolojik cinsiyet farklılığına rağmen, kültür tarafından tayin edildiğini ifade eden Haralambos, her statünün gerektirdiği normlar çerçevesinde rol beklentileri olduğundan söz etmektedir. Kocalığa, kocalık rolünün eşlik ettiği, rahiplik statüsüne de rahiplik rolünün eşlik ettiği örneğini vererek bir kişinin birden fazla rolü olabileceğini anlatmaktadır.

Bir kadından beklenen kadınlık rolü olduğu kadar, annelik rolü de kadın rolü ile örtüşmektedir. Benzer şekilde erkekten beklenen erkek rolü de babalık rolü ile örtüşmektedir. Örneğin, bir anneden beklenen çocuklarını yetiştirme, koruma ve kollama gibi biyolojik ve toplumsal görevlerinin yanı sıra anneliğe özgü bir ölçüde evrensel yaklaşımları göstermesi gerçekte annelik (analık) statüsünün kendi dışındaki rol beklentileri ile yakından ilgilidir. Bu rollerin yerine getirilmeye çalışılması, beklentilere uygun bir “annelik rolü” olarak kabul görecektir¹⁹

2.1. Annelik Rolü

Beauvoir²⁰, kadının vücut yapısının bütünüyle insan türünün devamına dönük olmasından dolayı bedensel yazgısını annelikle tamamladığını söyler, anneliğin kadının doğal görevi olduğunu ifade eder. Ancak örneklerle açıkladıktan sonra “analık ‘içgüdü’ diye bir şey yoktur: hiç değilse, bu insan türüne uygulanamaz”²¹ ifadesini kullanmaktadır. Beauvoir, annenin çocuk karşısındaki tutumunu, toplum içindeki durumu ile anneliği yüklenişine bağlar. Haralambos’un²² yorumuna göre; çekirdek aileden modern endüstri toplumundaki aileye kadar her dönemde bir annenin en önemli sorumluluğu ve bir kadının en keskin rolünün bir çocuk dünyaya getirmek ve onunla yakın ilişki kurup ona bakmaktır. Kadının ailedeki rolü için ‘sıcak’, ‘güvenli’ ve ‘duygusal destek verici’ terimlerini kullanır. Kadının bu rolünün de bir gencin sosyalleşmesinde büyük önem taşıdığını ekler.

¹⁸ Haralambos *age.*, s. 7.

¹⁹ İsmail Doğan, *Sosyoloji*, Sistem Yayıncılık, İstanbul 1995, s. 99.

²⁰ Simone De Beauvoir, *Kadın İkinci Cins Evlilik Çağı*, çev. Bertan Onaran, Payel Yayınları, İstanbul 1993, s. 111.

²¹ Beauvoir, *age.*, s. 145.

²² Haralambos, *age.*, s. 372.

Lipovetsky²³, bu tarihi düzeni bir modern icat olarak düşünmek gerektiğini söyler. O'na göre, annelik işlevi idealleşerek toplumda değer kazanarak olağandışı bir süreci de beraberinde getirmiştir. Doğurganlık, toplumsal değerini korurken, anne sevgisi ve bakımı, doğal ve kendiliğinden davranışlarla bir tutulduğu için hiçbir özel övgü görmez. Annelik rolü, toplumsal ve kültürel olarak belirlenmektedir. Bir toplumdaki diğerine, annelik rolüne yüklenen değerler değişmekte ve tarihsel süreçten etkilenmektedir.

Ecevit²⁴, annelik odak alınarak yapılan gözlemlerin ve çalışmaların “annelik ve çocuk bakımının doğuştan sahip olunan kadınlık özellikleri olmayıp, sosyal yapılandırmalar” olduğunu ortaya çıkardığını bildirmektedir. Farklı toplumlarda yapılan tartışmaların, “annelik kavramı içindeki anlamlar ve anneliğin sosyal tanımının kapsamı” çerçevesinde geliştiğini ve “anneliği çekirdek ailenin sınırları içinde ve anneliğe ait yaygın ideoloji etkisinde kalarak yaşayan kadınların içine düştükleri çelişkili durum”un incelendiğine dikkat çekmektedir. Ecevit, “Bir yandan iyi anneler olmak istiyoruz ama, diğer yandan iyi anneler olarak sunulan kadın modelinin bir çok niteliklerine karşı mücadele veriyoruz; ‘iyi anne’nin evrensel bir figür olmayıp özel toplumsal pratiklerin bir ürünü olduğunu bilsek bile!” çelişkisini dile getirmektedir. Görülüyor ki günümüzde araştırmalar ve tartışmalar “iyi anne” idealinin nasıl kurulduğu çerçevesinde yoğunlaşmaktadır. Ancak bu idealin de çağdaş yaşamda kadını çelişkiye sürüklediği ortaya çıkmaktadır. 1990’larda kadınlar artık yalnızca “ev kadını ve anne” olarak görülmemekle endişe duymaya başlamışlardır²⁵ Nancy Chodorow’un²⁶ da belirttiği gibi kadının anne oluşu, kız ve erkek çocuklarının farklı kimlik yapılanmalarını ortaya çıkarmakta ve gencin kadın veya erkek olarak toplumsal cinsiyet rollerini üstlenmesi cinsel olarak eşit olmayan toplumun ve annelik rolünün yeniden üretilmesine neden olmaktadır.

2.2. Türkiye’de Annelik Rolü

Asırlar boyunca, toplumun çekirdeği olarak kabul edilen aile, Türk toplumunun güç kaynağı olmuş, toplumsal düzenin sigortası olarak görülmüştür. Anne, baba ve çocuktan oluşan aile, söylencelerde, efsanelerde, masallarda ve mitlerde görülmektedir. “Onlar ermiş muradına” diye biten masallarda “murada

²³ Lipovetsky Gilles, *Üçüncü Kadın*, çev. F. Nayır Deniztekin, Varlık, İstanbul 1998, s. 162.

²⁴ Yıldız Ecevit, “Aile Kadın ve Devlet İlişkilerinin Değerlendirilmesinde Klasik ve Yeni Yaklaşımlar” (KSAUM’un Kadın Araştırmaları Başlığı Altında İlk Sayısı Çıkacak Olan Dergide Yayınlanmak Üzere Kabul Edilmiş Tebliğ.) İstanbul 1991, s. 13.

²⁵ Rosalind Coward, *Şu Hain Kalplerimiz*, çev. A. Bora-A. Emre, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 1995, s. 91.

²⁶ Nancy Chodorow, *The Reproduction Of Mothering*, (Psychoanalysis And The Sociology Of Gender) University Of California Press, Ltd., London 1979, s. 71.

erme” mutlu bir aileye, yuvaya sahip olma anlamı taşır. Türk İslam anlayışına göre aile kurumunun ana amacı neslin devamıdır. Çocuk sahibi olmak ve çocuk yetiştirmek ailenin temel görevi olarak kabul edilir²⁷.

Geçen zaman içerisinde görüş değişmemiş olsa bile, tarım toplumundan sanayi topluma geçiş sürecinden itibaren ülkemizde dünyaya gelen çocuk oranında bir düşüş gözlenmektedir. İş gücüne olan ihtiyacın azalması, doğum kontrol yöntemlerinin gelişmesi ve “bakabileceğin kadar çocuk politikası” ile aileler, kırsal kesimlerde doğum oranı, kentsel kesime oranla daha fazla olsa da, bakabilecekleri kadar çocuk dünyaya getirme yaklaşımında oldukları söylenebilir. Evlenme oranlarında da bir değişim söz konusudur. İstatistiki verilerden yola çıkan Yazıcıoğlu²⁸, ortamın üzerinde eğitim almış olan kadınların, eğitimsiz kadınlara oranla evliliğe daha az eğilimli olduğunu, erkeklerin meslek düzeyleri yükseldikçe daha çok evlendiğini, kadınların aksi bir tutum sergilediklerini ifade etmektedir. Diğer bir değişle, kadınların okuma oranı ve mesleki kariyerleri yükseldikçe, evlenme oranlarının düştüğü gözlenmektedir. Kadınların eğitim düzeyi yükseldikçe, evlilik yaşı da yükselmiştir. TÜİK raporlarında, Türkiye’de evlilik yaşı, erkeklerde 26,3, kadınlarda 22,3 civarındadır. TÜİK’den derlenen verilere göre Türkiye’de, kadın ve erkek için, ilk evlilik yaşı sürekli yükselme eğilimi içindedir. Evlilik yaşının yükselmesi ile dünyaya gelen çocuk sayısı arasında bir bağlantı vardır. Dolayısıyla eğitim ve annelik arasında da bir bağ kendiliğinden ortaya çıkar. Hablemitoğlu²⁹, na göre, “kadınları eğitmek, nüfus büyümesini yavaşlatmanın en etkin yoludur. Ancak bu eğitimin erkekle birlikte gerçekleştirilmemesi, sorumluluğu kadına yükleyerek, kadının güçsüzlüğünü sürekli kılmaktadır” Gelişmekte olan 33 ülkeden gelen verileri değerlendiren Hablemitoğlu, “annenin okula gidebildiği her ek yılın bebek ölümlerinde %10’a yakın bir azalmaya” yol açtığını bulgulamıştır. Ayrıca yapılan araştırmaların sonuçlarının, “kadınların eğitilmesinin, kadınların öz güvenlerini kazanarak, toplumdan ve eşlerinden ataerkil yapının sınırlarını yıkan daha uygar davranışlar talep etmeye yönelteceği varsayımını da” desteklediğini ileri sürer. Eğitim, nüfus ve annelik rolü ve yapılandırılması arasındaki bağ açıkça görülmektedir. Annelik rolünün yapılandırılmasında kitle iletişim araçlarının rolü de yadsınmaz.

²⁷ Kayhan Ülker, “Aile: Tanımı, Önemi, Özellikleri Tarihsel Gelişimi ve Aile Tipleri”, *Aile Yapısı Ve İlişkileri*, Ed. Sezen Ünlü, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir 2009, s. 9-10.

²⁸ Yahşi Yazıcıoğlu, “Teknolojinin Ailenin Demografik Yapısına Etkileri” *Aile Yapısı ve İlişkileri*. Ed. Sezen Ünlü, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir 2009, s. 253.

²⁹ Şengül Hablemitoğlu, *Toplumsal Cinsiyet Yazıları Kadınlara Dair Bir Kaç Söz*, Toplumsal Dönüşüm Yayınları, İstanbul 2004, s. 87.

2.3. Medyada Annelik Rolünün Sunumu

Televizyon pek çok toplumda olduğu gibi Türk toplumunda da önemli ve etkili bir kitle iletişim aracıdır. Televizyon, eğitim düzeyi, toplumsal sınıfı ne olursa olsun, cinsiyet ya da yaş grubu gözetmeksizin büyük bir kitle tarafından izlenmektedir. Programlar her kesimden izleyiciyi çekebilecek şekilde tasarlanmaya çalışılmaktadır. Programların yayın saatleri de mümkün olan en çok sayıda izleyiciyi yakalamaya yönelik olarak planlanmaktadır. Sunduğu görsel zenginlik sayesinde televizyon şimdilik, bir adım daha öne görünse de yazılı basın, radyo ve internet iletişimde üç önemli araçtır.

İzleyicilerin içinde bulunduğu çevreyle, işleyiş süreci iç içe geçmiş olan televizyon, toplumsal yaşamın ayrılmaz bir parçası, aynı zamanda da sosyal öğrenmede önemli rolü olan bir araç konumunda bulunmaktadır. Sosyal öğrenmede sosyal medya da adından sıkça bahsettirmektedir. Televizyon, radyo ve yazılı basından farklı olarak birden fazla kişi, kurum ya da gruba seslenebilmektedir. Üstelik bu süreçte iletiyi alanların geri bildirim yolu açıktır. Etkileşim yolu açılmış ya da araçlar çeşitlenmiş olsa da iletişim araçları ideolojinin bir parçası olarak işlevini sürdürmeye devam etmektedir.

Nilüfer Timisi³⁰ kitle iletişim araçlarının var olan toplumsal, kültürel statünün sürdürülmesinde koruyucu olduğunu ancak, değişim umudunun da aracı konumunda bulunduğunu ifade etmektedir. Kitle iletişim kurumlarının “kadınlarla ilgili ideolojik açıdan çarpıtılmış, oldukça sınırlı sayıda basmakalıp imgeler” kullanmakta olduğunu ve bu imgelerin “kadınların bağımlılığını ve ikincil konumunu pekiştiren bir ideolojiye” hizmet etmekte olduklarını ayrıca da “kadınların eve ve aileye ilişkin rollerinin önceliğini” vurgulamakta olduklarına dikkat çekmektedir. Anneliğin öğrenilme sürecinde de medyanın çok büyük önemi bulunmaktadır. Atabek³¹’e göre; annelik rolü ve davranışları “aile içinde anne tarafından, medyada da film, reklam ve benzeri bir çok sunum içindeki simgeler aracılığı ile” öğretilmektedir. “Kadınlar medyanın çeşitli alanlarında kendi seyredilişlerini seyredelerken, bir yandan da onlardan talep edilen “ideal” kadının ne olduğu”³² gösterilmektedir. Reklamlar, kadın dergileri, gazeteler, ekonomi sayfaları, insan kaynakları ekleri, erkek dergileri, filmler, diziler, hırslı, ideal kadını

³⁰ Nilüfer Timisi, “Medya ve Kadın: Temel Sorun Noktaları” 20. Yüzyıl Sonunda Kadınlar ve Gelecek, Todaie, No: 285, Ankara 1998, s. 407.

³¹ Gülseren Şendur Atabek, *Türkiye’de Anneler Gününde Yayınlanan Reklam Fotoğraflarında Annelik İmgesinin Değişimi*, Eğitim Programları ve Öğretim (Güzel Sanatlar Eğitimi) Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara 1999, s. 123.

³² Ayşe Saktanber, “Türkiye’de Medyada Kadın: Serbest, Müsait Kadın veya İyi Eş Fedakar Anne.” *Kadın Bakış Açısından Kadınlar*, Hazırlayan: Şirin Tekeli, İletişim, İstanbul 1993, s. 212.

çizerken, kimi zaman yanına bir bebek figürü koymayı da ihmal etmemektedirler. Egemen ideoloji kitle iletişim araçları aracılığı ile kadınlar için biçilen rolü tekrarlamakta kadınlar da bu rolleri içselleştirmekte, sosyal yapılandırma olduğunun farkına varmaksızın kabullenmektedirler.

3. Yöntem ve Verilerin Değerlendirilmesi

Anadolu Üniversitesi personel dairesinden son bir yıl içine doğum yapmış ve göreve yeniden dönmüş akademisyenlerin listesi istenmiştir. 19 annenin bu ölçütlere uyduğu anlaşılmıştır. Kendilerine ulaşılanlardan ve görüşmeyi kabul eden 9 anne ile yüz yüze, yarı yapılandırılmış bir form ile görüşme yapılmıştır. Her bir görüşme 45 dakika ile bir saat arasında sürmüştür. Araştırmanın amacına ulaşmaya yönelik sorular sorulmuş, alınan cevaplar anket formuna işlenmiş, önceden hazırlanan soruların ışığında konuya ilişkin görüşleri alınmış, görüşmelere ait veriler değerlendirilerek yorumlanmıştır.

Verileri değerlendirebilmek için bir gruplandırmaya gidilmiştir. Demografik veriler örneklemin yapısını değerlendirmek için alınmıştır. Araştırma amaçları doğrultusunda sonuca varmak adına örneklemin, medya kullanımları alt başlıklara ayrılarak incelenmiştir. Son bölümde ise annelik öğretisine dair görüşleri alınmaya çalışılmıştır.

Görüşme yapılan kadınlar son bir yıl içinde ilk defa ya da ikinci defa anne olmuşlar ve iş yerlerindeki göreve geri dönmüşlerdir. Görüşmelerin çoğunluğu buldukları fakültelerde odalarında gerçekleştirilmiştir. Edebiyat Fakültesi'nden 2, Fen Fakültesi'nden 1, Eğitim Fakültesi'nden 3, Hukuk Fakültesi'nden 2, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nden 1, toplamda 9 akademisyen ile görüşme yapılmıştır. Bu akademisyenlerin 3'ü Yardımcı Doçent kadrosunda, 4'ü Araştırma Görevlisi kadrosunda, 2'si Öğretim Görevlisi kadrosundadır. 3'ü Doktorasını bitirmiştir. 6'sı Doktora eğitimine devam etmektedir. 3'ü ikinci defa anne olmuştur. Annelerden 3'ü 30, ikisi 32, diğerleri 28, 34, 35 ve 37 yaşındadır. 32 yaşındaki iki anne ikinci defa anne olmuş, diğerleri ilk defa anne olmuşlardır. Annelerin ilk bebek dünyaya getirme yaşı en küçük, 25- en büyük 37'dir. Hepsi ilk bebeklerini evliliklerinin en az üçüncü yılından sonra dünyaya getirmiştir. Bu süre kariyerde yol almayı beklerken on birinci yıla kadar çıkmıştır. İki çocuklu üç anne ile yapılan görüşmeden anlaşıldığı kadarı ile ilk bebek ile ikinci bebek arasında da en az doktora derecesini alma zamanı kadar 5 ile 7 yıl kadar fark olmuştur. Biri dışında diğerleri bebek sahibi olmak için önce yüksek lisansı bitirmiştir. Hepsinin bebek sahibi olmadan önceki hedefi doktorayı da bitirmek olsa da en azından doktora derslerinin bitmesini planlamışlardır. İlk bebeğini yüksek lisansı bitirmeden dünyaya getiren iki çocuklu anne, yüksek lisans derecesini altı ay gecikmeli alabilmiştir. İkinci bebek için ise doktora derecesini almayı beklemiştir. Bir başka anne de ikinci bebeği için doktora ders aşamasının bitmesini beklemiş, bir diğeri de doktora derecesini almayı beklemiştir.

Tek çocuklu anneler ise çeşitli nedenlerle kariyeri tamamlayamadan bebek sahibi olduklarını bunun en az altı ay ile bir yıl kadar doktora programını bitirmelerini geciktirdiğini ifade etmişlerdir. Kimi, ders aşamasının bitmesini, kimi yeterlilik sınavını geçmeyi kimi de tez verilerini toplamış olmayı bir kazanç olarak görmüşler, bebek dünyaya getirmek için “beden yaşının geçiyor olduğu gerçeği” ile yüzleştikleri için kariyerde zaman kaybını göze aldıklarını ifade etmişlerdir. Annelerden biri de doktora programının bitmesini beklemiş ama bu defa da bebek dünyaya getirmek için geç kaldığından yakınmıştır.

Yapılan görüşmeler sırasında annelerin bir kısmı bebek dünyaya getireceğini kurumu ile paylaşmaktan çekindiklerini, çünkü kendilerinden beklenenin sürdürdükleri programın bitmesi olduğunu hissettiklerini söylemişlerdir.

Bu veriler, bir yandan Hablemitoğlu'nun “kadınları eğitmek nüfus büyümesini yavaşlatmanın en etkili yoludur” görüşünü bir kez daha desteklerken, diğer taraftan kadının bebek sahibi olmasının güç dengelerini bozduğunu göstermektedir. Açıklamak gerekir ise; bir erkek akademisyen aynı çalışma koşullarında bebek dünyaya getirmediği için akademik kariyerine ara vermek zorunda kalmazken kadın tercih/fedakarlık yapmak zorunda bırakılmaktadır. Hatta evde kalma sürelerini uzatma konusunda “destek” adı altında ara vermeye zemin hazırlamaktadır. Türkiye’de aile ve çevre evli bir çifte bebek sahibi olmaları konusunda doğrudan ya da dolaylı olarak baskı uygulamaktadır. Küçükken erkek çocuklar arabayla, topla oynarken kız çocuklar bebekle oynarlar. Kız çocukların ev işlerini öğrenmeleri, hizmete yönelik becerilerini geliştirmek, bunları içselleştirmek için oyunlar kurulur “evcilik” adı altında oyunlar oynanır. Kız çocuklarının anneleri taklit edişleri hayranlıkla izlenir. Bu şekilde beğeni toplayan kız çocuğu yaptığından gurur duyar. Annesinin anneannesine torun vererek mutlu etmiş olması gibi onun da annesine torun sevgisi tattırmasının zamanı gelecektir. Annesi bunu ona doğrudan söylemese bile bu şartlanma ile büyür. Bazı anneler kız çocuklarının okumasını kendi çektiklerini çekmemesini söyleseler de kariyer ve çocuk arasında tercih yapmak gerektiğinde belli bir yere kadar okuduktan sonra çocuk sahibi olmak için verilecek aranın doğru olacağı görüşünde birleşeceklerdir. Kadının çocuk yapmamak gibi bir seçeneği de bulunmaktadır. Çocuk sahibi olmamaya karar vermek kadının tercihidir. Ancak bunu yüksek sesle dile getirmek günümüz koşullarında çok zordur. Bunu destekleyecek kişi sayısı da sınırlıdır. Bunu dile getirme cesaretini gösteren bir kadına sorulacak sorulardan ilki “Neden? Olacaktır. Oysa “Bebek sahibi olmak istiyorum.” diyen bir kadına “Neden?” sorusu sorulması beklendiği bir durum değildir. Bu ayrım garip karşılanmamalıdır. Çünkü Ecevit³³, in söylediği gibi sosyal yapılandırılış bu yöndedir. Kadının çocuk sahibi olmak istemesi sorgulanmaz.

³³ Ecevit, *age.*, s. 13.

3.1. Son Bir Yıl İçinde Anne Olan Akademisyenlerin Medya Kullanımı

Son bir yıl içinde anne olan dokuz akademisyen ile yapılan yüz yüze görüşmede televizyon, gazete, dergi, internet ve cep telefonu olarak sınırlandırılan çerçevede medya kullanımları öğrenilmeye çalışılmıştır.

Boş zaman etkinliği tercih sıralaması	1. Tercih	2. Tercih	3. Tercih	TOPLAM
Kitap okuma	4			4
İnternet kullanma	3	3	3	9
Dergi okuma	1			1
Gazete okuma	1		4	5
Televizyon izleme		4	2	6
Sinemaya gitme		2		2
TOPLAM	9	9	9	

Anketin demografik veriler bölümünden sonra annelerin boş zaman etkinliği tercihlerini sıralamaları istenmiştir. 4'ü kitap okumayı, 3'ü internet kullanmayı, 1'i dergi okumayı, 1'i de gazete okumayı birinci tercihlerine yerleştirmişlerdir. İkinci tercih olarak da 4'ü televizyon izleme 2'si sinemaya gitme, diğer 3'ü de internet kullanma, gazete ve kitap okuma olarak görüşlerini bildirmişlerdir. Üçüncü tercihlerini ise, 4'ü gazete okuma, 3'ü internet kullanma, 2'si televizyon izleme olarak belirlemişlerdir. Veriler değerlendirildiğinde çalışmaya katılan annelerin tümünün ilk üç tercih içinde internet kullanımı göze çarpmaktadır. Annelerin boş zaman etkinliği sıralamasında ilk üç tercihleri içinde televizyon izleme (6 anne) ve gazete okumanın da (5 anne) yer aldığı görülmektedir.

Görüşme yapılan dokuz akademisyen annenin boş zaman etkinliği olarak ilk sıraya televizyonu yerleştirmedikleri, ilk üç etkinlik sıralamasında da internet kullanımının öne çıktığı görülmektedir. Bu verilerden yola çıkarak akademisyen annelerin iletişim araç ve ortamlarını kullandıkları ve medya iletilerine maruz kaldıkları görülmektedir. İlk bakışta iddialı gibi görünse de çalışan ve iş yerinde internete girmek için gerekli teknolojiye sahip olduğu ve evde geçirilen süre içinde televizyona vakit bulunamayabileceği de hatırdta tutulmalıdır.

Hamilelik ve bebek konusunda bilgi almak için hangisini öncelikli olarak tercih ettikleri kaynağın ne olduğu sorulmuştur. 5'inin interneti 4'ünün de kitapları kullandığı, ikinci tercihleri de göz önüne alındığında 8'inin interneti tercih ettikleri bilgisine ulaşılmıştır. Yeni iletişim araç ve ortamlarını kullanan annelerin geleneksel kalıpları çoğaltan bir dış dünya temsili ile karşılaştıkları düşünülebilir.

Eğlenme amacı ile medya kullanımları sorulduğunda tercihler farklılaşmaktadır. 6 anne sinemaya gitmeyi sosyal bir aktivite ve eğlence aracı olarak görmektedir. Akademisyen 2 anne eğlence amacı ile kitap okumayı tercih ederken, 1 anne de televizyon izlediğini söylemiştir.

Annelerin televizyonda ne izlemeyi tercih ettikleri sorulmuştur. Hemen hepsi, gündemi takip etmekte zorlandıklarını ifade etmişleridir. 7 anne öncelikli olarak haber bültenlerini ve haber programlarını izlemektedirler. Buna gösterdikleri gerekçe de “gündemi kaçırmamak” olarak özetlenebilir. 2 anne de bilgi verici olduğu gerekçesiyle belgesel programları tercih ettiklerini ifade etmişlerdir.

Akademisyen annelerin televizyon izlerken reklamları da izlemiş olabilecekleri düşüncesiyle, program aralarında çıkan reklamları geçip geçmedikleri sorulmuştur. Reklamlar hedef kitleye ürün mesajını ulaştırmak için özenle tasarlanan yapımlar olarak kabul edilir. Kısa süreye sıkıştırdıkları mesajı ulaştırmak için kalıplaşmış tipler kullanırlar. Annelik rolü de bu kalıplardan biridir. Görüşme yapılan akademisyen annelerin ilgisini çeken reklamlar çok çeşitlidir. Temaları açısından değerlendirildiğinde çocukları kullanan, çocuk ürünleri reklamı yapan ya da aile temasını öne çıkaran reklamlar annelerin ilgisini çekmiştir.

Bir bebeğin hayatlarına girmesi ile belki de daha önce dikkat etmedikleri konular ya da ihtiyaçlarını duydukları araç, gereç veya hizmete yönelik reklamların annelerin ilgisini çekmesi doğaldır. Annelerin çocuk ürünleri ile ilgili reklamları fark etmiş olmaları algıda seçicilik olarak değerlendirilebilir. Ancak kodlar aracılığı ile annelik rolüne ilişkin mesajlar da reklamlarla birlikte yayılmaktadır. Reklamlar anneliğe ilişkin kodları üretirken, anneliğe yeni adım atmış olan kadınlar da bu temsilleri görmektedir. Reklamda bebeğe ait bakımı gerçekleştiren kişinin çoğunlukla anne ya da kadın olması bebek bakımına ait işlerin çoğunun anneden, kadından beklendiği görüşünü desteklemektedir. Ya da fedakar anneye ait imajlar, kariyerini ertelemiş annelere teselli aracı olabilmektedir. Tersine bir bakış açısı toplumu rahatsız edebileceği ve reklamı yapılan ürüne zarar verebileceği düşüncesiyle tercih edilmeyebilir. Bu geleneksel bakış açısının yansımaları annelere reklam filminde oynayacak anne hayal etmeleri söylediğinde görülmektedir. Annelere bir reklam filmi çekme görevi verildiği ve bu filmde çocuk figürünün olmadığı ama anneyi temsil edecek bir kadın bulup giydirmesi gerektiği söylenmiştir. Gözlerini kapatarak, bu rol için uygun bulduğu anneyi tarif etmesi istenmiştir. 8 akademisyen anne; kumral ve kahverengi saçlı bir anne hayal ettiklerini, toplu ya da küt kesim gibi, kullanışlı bir saç modeli olduğunu ifade

etmiştir. Kendisi de sarışın olan bir anne, hayal ettiği annenin sarışın ve mavi gözlü olduğunu söylemiştir. Annelerin kıyafetlerine yönelik açıklamalarda da çoğunluğu, beyaz gömlek ya da spor bluz altına kot yada dar etek hayal etmişlerdir. Bir kısmı takısının bir inci kolye, küpe ve bir alyans olabileceğini söylerken bir kısmı da takı kullanmadığını hayal etmiştir. Annenin ses tonunun tarifi için de yumuşak, sakin, sevecen, neşeli, tiz ve yorgun ama mutlu ifadelerini kullanmışlardır.

Giyim, “toplumda kültürel olarak kabul gören cinsiyete dayalı iş bölümünü gündelik hayatın en derin en farkına varılmadan kabul edilmiş düzeylerinde onaylayıp meşrulaştırmaktır”³⁴ Görüldüğü gibi akademisyen anneler de geleneksel kalıpları, stereotipleri kullanmışlardır. Anneler bir yandan kendilerine benzer kadınları tarif ederken diğer yandan da yorgunluklarının yansımaları ekranda görmek istemişlerdir. Kıyafet seçimi de çalışan kadınları akademi camiasındaki kadınların da tercih ettikleri gömlektir. Gömlek, “beyaz yaka” teriminden de hatırlanacağı gibi, çalışan kişileri temsil etmektedir. İş görüşmelerinde ve iş yaşamında tavsiye edilen gömlek olurken, bluz-kazak gibi giysiler daha rahat mekanlarda tercih edilmektedir³⁵. Beyazın saflık, temizlik, pembe tonların uyum ve sevecenlik, mavi tonların huzur ve uyum, yeşil tonların güven ve tazelik, kahverengi, siyah ve lacivert gibi diğerlerine oranla daha koyu renklerin sistemlilik, otorite ve başarı hissettiren psikolojik etki yarattığı kabul edilmektedir³⁶. Görüşme yapılan anneler reklamda oynayacak anne rolündeki kadın için beyazı tercih etmeleri annelik ile saflık, temizlik, hijyen, sadelik gibi anlamların pekişmiş olduğunun göstergesi sayılabilir. Spor olduğu için rahat olduğu düşünülen kot pantolon seçimi kadar, dar etek seçimi de hareket halinde bile açılarak, bacakların görünmesine neden olabilecek anneye uygun olmadığı düşünülecek görüntüleri vermeyi engeller. Sabuncuoğlu’na³⁷ göre; televizyon reklamlarındaki kadınlar her erkeğin birlikte olmak, her kadının yerinde olmak isteyebileceği kadar güzel, genç, çekici, zayıf uzun boylu ve uzun bacaklıdırlar. Elbise ise form olarak diğerlerinden farklı olarak “cinsel kimlik hakkında”³⁸ bilgi vermektedir. Annenin giyimi “cinsellik konusundaki kimliği hakkında gerçek bir mesaj”³⁹ iletmekte ayrıca cinsel roller ve toplumsal statüde, bazı karşıtlıkların simgesel ifadesi olabilmektedir. Akademisyen anneler ile yapılan görüşmede hiçbirinin cinsel kimliği hakkında vurgulayıcı bir mesaj verme ihtimali olan

³⁴ Fred Davis, *Moda Kültür ve Kimlik*, çev. Özden Arıkanın, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul 1997, s. 51.

³⁵ Özlem Çakır, *Profesyonel Yaşamda Kişisel İmaj*, Yapı Kredi Bankası Yayınları, İstanbul 2002, s. 108-112.

³⁶ Faber Birren, *Color Psychology And Color Therapy*, Carol Publishing Group, New York 1992, s. 258-260.

³⁷ Sabuncuoğlu, 2006, s. 136.

³⁸ Davis, *age.*, s. 107.

³⁹ Davis, *age.*, s. 107.

elbiseyi tercih etmedikleri gözlemiştir. Ama gömlek seçimi ile bir yandan erkeklerin dünyasında olma özlemi bulunduğu yorumu getirilebilir. Ancak etek ve takılarla bir yandan da kadınlık savaşı sürdürülür. Annenin evde bulunduğu zamanlarda iş görüşmeleri yaparken ya da profesyonel yaşamda tercih edilen gömlek giymiş olması, annenin evinin iş yeri gibi kabul edildiği, annenin evinde yaptığı işlerin profesyonel kabul edilebileceği ilişkisini düşündürecek, annelik rolü için bu çeşit kalıplar kurulmasına yardımcı olduğu sonucuna götürebilecektir⁴⁰. Reklamlar üzerinde yapılan bir çalışmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır.

“Anne rolü oynayan 207 kadından 89’u (%43) gömlek, yine aynı oranda da bluz ile görüntülenmiştir. 11’i (% 5.3) elbise, 8’i (%4.8) de pijama giymektedir. Mekan incelemesinin sonuçlarına da bakıldığında annenin çoğunlukla ev içinde bulunduğu anlaşıldığına göre, ev içinde bile annenin gömlek- bluz (toplam %86) giymesi dikkat çekicidir. Çünkü özellikle gömlek ev içi kıyafeti olarak çok tercih edilebilecek bir rahatlığa sahip değildir. Gömlek iş yaşamında profesyonel giyim tarzı için önerilen bir kıyafettir. Ancak günümüz annesi ev içinde gömlek- bluz ile iş yapar ifadesi çıkmaktadır. Bu; annenin ev işlerinde profesyonel kabul edildiği anlamını taşıyabilir”⁴¹.

Araştırmaya katılan akademisyen anneler, düzenli olarak gazete takip etmektedirler. 7’si düzenli olarak internetten okuma yapmakta, 2’si gazeteyi satın alarak takip etmektedirler. Hafta içi internetten gazete sayfalarını takip edenlerden 1’i hafta sonları da satın alarak okumaktadır. Akademisyen annelerin, gündemi ve günceli takip etmek için çaba gösterdikleri anlaşılmaktadır.

Gazetede öncelikli olarak dikkat çeken haberleri okuyan akademisyen anneler, ardından köşe yazılarını, dış politika yazılarını okuduklarını ifade etmişlerdir. Dokuz annenin gazetede ikici olarak okumayı tercih ettiği bölüm sorulduğunda 4’ü köşe yazılarını, diğer 5’i ikici sıraya; haber, ekonomi, magazin, siyaset ve araştırma yazılarını okumayı tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Bu ifadelerin akademisyen annelerin mesleklerine ait haberleri de takip etme arzusu olabileceği hatırlanmalıdır.

Gazetelerde yer alan anne- bebek konularındaki yazıları annelerden 2’si hiç takip etmediğini, ilgisini çekmediğini, 4’ü nadiren okuduklarını, 3’ü de özellikle hamilelik döneminde ve sonrasında okuduklarını belirtmişlerdir.

Gazetelerde boy gösteren ünlülerin- manken veya şarkıcıların annelikleri ile ilgili haberler konusundaki görüşleri konuşulmuştur. Görüşleri aşağıdaki gibidir;

⁴⁰ Uğurlu, 2004, s. 82.

⁴¹ Uğurlu, 2004, s. 96.

“Onların annelikleri ile ilgilenmiyorum.”

“Çocuklarına bakıcılar bakıyorsa da birlikteler, çocukla hayat mükemmel, çok mutluyuz mesajı veriyorlar. İkinci bebeği istiyorlar ama inandırıcı gelmiyor”,

“Hayatlarını kolaylaştıran başka faktörler var. Onlar hayatlarının başkaları tarafından yönlendirilmesine alışmış gibiler. Ben evde başka birinin varlığına ve yönlendirmesine adapte olmakta zorlanıyorum ama onlara bu basit geliyormuş gibi. Hayatlarını başkalarının düzenlemesine alışmış gibiler”,

“Çizilen karakterler iyi ama gerçekçi değil”,

“Magazin dünyasında her şey pazarlanıyor. Evlerindeki hayatı yansıtmıyor. Gerçekçi değil, çocukları ile ne kadar zaman geçirdikleri belli değil”,

“Kilo almaları, fizyolojik yapıları öne çıkıyor. Hamileliklerini ve bebeklerini medya malzemesi yapıyorlar. Boy boy fotoğraflarını göstererek ayrıcalıklı büyütmeleri hoş değil”,

“Gereksiz biçimde anneliklerini ön plana çıkartıyorlar”,

“Her şeye nasıl yetişiyorlar? Hem iş, hem çocuk nasıl büyütülür? Az gördükleri için daha ilgili olabilirler”,

“Şaşalı yaşamdan kopup belli sorumlulukları üstlenmeleri hoşuma gidiyor. Demek ki istenirse olabilirmiş. Ama çoğu bebeklerini, gündemden düşmemek için kullanıyorlar. Ünlü olup da bebeği üzerinden haber yaptırmayan anneler de var. Onları takdir ediyorum”.

Akademisyen annelerin görüşleri toparlandığında, ünlülerin anneliklerinin magazin malzemesi olarak kullanılması, fiziksel değişimleri üzerinden haber yapılması, bebekleri ile paylaşımlarından ziyade mutluluk mesajı vermeleri görüşülen akademisyen annelerin eleştirilerine neden olmaktadır. Ayrıca hepsinin ortak olarak ifade ettikleri de gazete ve dergilerde sergilenen, ünlülerin annelik durumunun, gerçeği yansıtmadığı yönündedir.

Doğum yaptıkları için kariyerine ara vermek zorunda kalan ya da kariyer yapmak için çocuk yapmayı erteleyen akademisyen annelerin, magazin dergilerinden “çocuk mutluluk getirir” vaadini inandırıcı bulmadıkları anlaşılmalıdır. Yaşadıkça gördükleri bu mutluluk söyleminin gerçek olmadığıdır. Ayrıca bu ünlülerin bebek bakımını kendi başlarına üstlenmedikleri, bebeğe ait

sorumluluğu tam olarak almadıklarını ifade etmişlerdir. Görüşme yapılan akademisyen anneler nasıl anne olunması gerektiği konusundaki sosyal öğretiyi almış ve ünlü annelerin basın haberlerini bu bakış açısına göre yorumlamışlardır. İletişim ortamlarında boy gösteren ve annelikleri üzerinden haber malzemesi olan kadınlar da toplumun kendilerinden istediği mesajı (onlar da sosyal olarak yapılandırıldıkları için) vermektedir. Onlar ayrıca bir manken ya da şarkıcı kadının fiziksel görünümü hakkındaki kodları yinelemektedirler. Doğumdan sonra doğum öncesi kiloya dönmeyi, hatta belki de daha zayıf olmayı nasıl başardıklarını (ki, bunun bir başarı olduğu söylemi alttan alta yinelenmektedir) anlatmaktadırlar. Ne kadar kilo aldıkları, doğumdan sonra ne kadar kilo verdikleri ekseninde dönen haberlerle yaratılan stereotipler görüşme yapılan akademisyen annelerin dikkatinden kaçmamış, onlar tarafından gerçekçi ya da doğal bulunmamıştır.

Görüşme sırasında annelere kendileri ile aynı dönemde hamile olan ya da doğum yapan bir ünlü hatırlayıp hatırlamadıkları sorulmuştur. Hepsi kendileri ile aynı dönemde hamile olan ya da bebek dünyaya getiren en az bir ünlünün adını vermişlerdir. Magazin seyretmeyen magazin haberlerini okumayan akademisyen annelerin magazin haberlerine bir şekilde maruz kaldıkları görülmektedir, ya da algıda seçicilik nedeni ile hamilelik döneminde bu kişiler dikkatlerini çekmiş olduğu yorumuna gidilebilir. Öte yandan yukarıdaki ifadeleri ile çelişen bir durum da ortaya çıkmaktadır. Gazetede dış politikanın yanı sıra magazin de takip ettikleri anlaşılmaktadır. Günlük haber, politika, ekonomi ve spordan ibaret değildir elbette ve sanata, magazine dair haberlerin akademisyenler tarafından takip edilmesi normal olmayan bir durum değildir. Tercihlerinin ilk sırada yer almıyor ve ifade edilmemiş olması bihaber oldukları anlamı taşımamaktadır. Bu bulgular medya'nın annelik rolünün öğrenilme sürecindeki rolünü ortaya koyması bakımından da önemlidir.

Görüşme yapılan 9 akademisyen annenin 5'i hamilelik öncesi, sırası ve sonrasında anne- bebek konulu dergileri takip etmediklerini, 2'si sürekli olmamak kaydı ile takip ettiklerini, biri aynı dergiyi olmasa da tür olarak anne- bebek konularını içeren bir dergiyi düzenli takip ettiğini ifade etmiştir. Bu tür dergileri okumayı tercih eden 3 annenin dergiden beklentileri; bebek gelişimi ve anne sağlığı konularında bilgilendirici olması, bebek ürünlerinin reklamlarını içermesi, araştırma konuları ve dosyalarını takip etmek olmuştur.

İnternet kullanımlarına yönelik sorulan sorularda annelerin düzenli olarak internete girdikleri bulgulanmıştır. Blogların ve sitelerin içeriği gözden geçirildiğinde, doğum, bebek bakımı, çocuk gelişimi, güzellik, diyet, yemek tarifleri gibi konular göze çarpmaktadır. Annelerden 4'ü günde 3-4 saat, 4'ü günde 1-2 saat, 1'i günde 8 saat ve daha fazla internet kullandığını ifade etmiştir. Hamilelikleri süresince hepsi internette bebek ve anne için yapılmış sitelerdeki yazıları okuduklarını, sitelerdeki yazıların birbirinin çok benzeri olduğunu ifade

etmişlerdir. Bir kaçını sadece doktorların kontrolünde olduğuna inandıkları siteleri takip etmeyi tercih ederken, bir kaçını da doğum hikâyeleri, hastane çantası hazırlama, aylık bebek gelişimi gibi konularda sorularına cevap bulabildiklerini ifade etmişlerdir. İkisi sitelere üye olmuş ama çok fazla mail geldiği için üyelikten ayrılmıştır.

Görüşme yapılan dokuz anneden 7'si bir sosyal iletişim ağı kullandıklarını, bebeklerinin fotoğraflarını kendileri ya da eşleri tarafından sitelerinde paylaşıldığını ifade etmişlerdir. Sosyal iletişim ağını kullanmayan iki akademisyen anneden biri yüz yüze ya da telefonla görüşmeyi daha uygun bulduğunu söylemiştir.

Cep telefonunun konuşmak dışında fotoğraf çekmek için kullanan annelerin sayısı 4 tür. Çektiği fotoğrafı yakınlarına telefon aracılığı ile sadece ikisi göndermektedir. Bir anne de bebek ürünü firmasından düzenli olarak, bebeğin aylık gelişimi konusunda bilgilendirici mesaj almak için kullandığını belirtmiştir.

3.2. Son Bir Yıl İçinde Anne Olan Akademisyenlerin Annelik Öğretisine Dair Görüşleri

Akademisyen annelerin neden çocuk sahibi olmak istedikleri konusunda görüşleri alınmıştır. Hepsinin ifadeleri farklı olsa da çiftin yaşamına bebeğin girmesinin aile olmanın koşulu olarak görüldüğü konusunda hemfikir oldukları anlaşılmıştır.

“Çocuk büyütme istedim”,

“...bizimle büyüyecek arkadaş olacak biri olsun istedim...”,

“...yoldaş olsun istedim”,

“... anaç olduğum için”,

“... kendimden bir parça olsun istedim, bir insan yetiştirmenin sorumluluğunu alabileceğimi düşündüm”,

“... aile olmak için olmazsa olmaz diye düşündüm, soyun devamı için gerekli olduğunu düşünüyorum”,

“...zamanı geldi, tam aile olmanın gereği”,

“... okul bitti, kariyer... zamanı gelmişti”,

“...çocuk sahibi olanların mutluluğundan etkilendik”.

gibi cümlelerin altında yatanın sosyal bir yapılandırma olduğu açıkça anlaşılmaktadır. Haralambos⁴², un toplum içinde her üyenin bir sosyal pozisyonu bulunur ve bu da statü olarak adlandırılır, sözünü hatırlayarak görüşme yapılan akademisyen annelerin neden çocuk sahibi olmak istediklerine dair verdikleri cevapları yorumlamak mümkündür. Aile olabilmek, toplum içinde bir statü simgesidir. Anne olmak, baba olmak, çocuk sahibi olmak sorumluluk alabiliyor olmak... Hepsi statü belirten kelime ya da kelime öbekleridir. Görüşme yapılan akademisyen annelerin de belirttiği gibi, okul bitmiş, kariyer planı yapılmış, sorumluluk veya bir statü daha alınabilecek zaman gelmiştir. Toplumun da kendisinden beklentisinin bu yönde olduğunu bilmektedir. Burada toplumun buna bir öncelik, sonralık ilişkisi de belirlemiş olduğu anlaşılmaktadır.

Görüşme yapılan akademisyen anneler doğumdan önce annelik ve bebek konusunda çeşitli kaynaklardan bilgi edinmeye çalışmışlardır. Kitaplardan, internetten, filmlerden ve çevrelerindeki yakınlarından bilgi almaya çalışmışlardır. Akademisyen anneler, annelik deneyimi yaşayan anneleri ile bu deneyimleri ile ilgili görüşmeler yapmışlar, sorular sormuşlar, bir bakıma dayanışma ve paylaşım içine girmişlerdir. Aynı şekilde kendileri de hamile veya yeni bebek dünyaya getiren anneler ile iletişim kurmuş, deneyimlerini paylaşmaktan haz almışlardır. Kendileri için örnek bir model belirlememiş, buna gerek görmemişlerdir.

Görüşülen dokuz akademisyen anne lisans üstü düzeyde eğitim almış kişilerdir. Bu durumun anneliklerine etkisinin ne olmuş olabileceği konuşulmuştur. Çoğu, eğitim almış olmanın yaşam koşullarını değiştirmiş olduğunu altını çizmiştir. Araştırma ve okumayı içselleştirdikleri için çocuk ile ilgili araştırma yapmaya çalıştıklarını ifade etmişleridir. Bunun yanı sıra farklılaşan ifadeler de vardır;

“... Besin hatta oyuncak alırken bile eğitim almış olmanın önemli olduğunu düşünüyorum”,

“Eğitim almamış olmasaydım, bu şekilde çalışıyor olmazdım. İşten döndükten sonra bile iş kafamda devam ediyor. Bebeğimle daha fazla ilgilenmeme engel oluyor”,

“Besin içeriklerini okuyarak alıyorum, onun için en iyisini bulmaya çalışıyorum”,

“... İlaç kullanımı konusunda daha duyarlı, dikkatli olduğumu düşünüyorum”,

⁴² Haralambos, *age.*, s. 7.

“... Bebek psikolojisi konusunda daha bilinçli davranmama yol açıyor, ama öte yandan bebek doktorumuz, her konuda bu kadar fazla araştırmacı olmanın gereksiz olduğunu söylüyor”,

“... Daha verimli zaman geçirmek konusunda özen gösteriyorum, yönlendirici ve eğitici olmaya çalışıyorum”,

“... Sağlığı ve iyi yetiştirme konusunda araştırma yapıyorum. Kitapları şimdiden sevdirmeye çalışıyorum”,

“... Hem okumuş olmak, hem de geç bebek sahibi olmak daha bilinçli ve sabırlı yapıyor sanırım”,

“Fiziksel bakım anlamında belki daha az eğitim almış olanlardan farkım olmayabilir ama çocuk psikolojisi ve çocuğa yaklaşımlarımız, uygulamalarımız farklıdır diye düşünüyorum. Bu konuda özellikle çok okuyorum”.

Kadının eğitim düzeyinin artması birçok bakımdan çocuğun hayatta kalma şansını arttırdığı araştırmalarca kanıtlanmıştır⁴³. Eğitim düzeyi artan annelerin sadece bebeğin hayatta kalma şansını arttırmadığı onun sağlıklı gelişmesi için de çaba gösterdiği anlaşılmaktadır. Çocukla birlikte daha fazla ve verimli zaman geçirmek, yönlendirici ve eğitici olmaya çalışmak, duyarlı bilinçli ve sabırlı olmak konusunda gösterilen özen, gelecek nesil için umut kaynağıdır. Görüşme yapılan anneler ne kadar medyaya maruz kalmış olur ise olsunlar çocuklarının hayatta kalabilmesi ve sağlıklı birer birey olabilmesi için iletişim ortamlarının sunduğu araştırma olanaklarından yararlanmaktadırlar.

Görüşme yapılan akademisyen annelerin “iyi anne”nin nasıl olması gerektiği konusundaki görüşleri de benzerdir.

“Bebeğin ihtiyaç duyduğu kadar sevgi verebilen. Zamanını paylaşabilen. Ortak paylaşımını hep sürdürebilen”,

“Duygusal, hassas, planlı, çocuğu kontrol edebilen, kendine vakit ayıran”,

“Hayata bakışı sakın, geleneksel, verici”,

“Bilinçli, sabırlı, şefkatli”,

“Anneliğe fazla anlam yüklememeli”,

⁴³ Kadının eğitim düzeyinin artması ve bebek ölümlerinin azalması arasındaki bağlantı için bk., Ayşe Akın, Bahar Şevkat Özvarış, “Türkiye’de Doğum ve Doğum Sonu Hizmetlerden Yararlanma”, http://www.huksam.hacettepe.edu.tr/Turkce/SayfaDosya/turkiyede_dogum_sonrasi.pdf, 10.06. 2011.

- “Dengeleri koruyabilen”,
“Çocuğun kendine güven gelişimini desteklemeli”,
“Çocuğun fiziksel ve ruhsal ihtiyaçlarını anlayabilen”,
“Çocuğu ile iyi iletişim kurabilen, onu anlayabilen”.

4. Sonuç

Asırlardır kadın, evi ile çizilen sınırlar arasında kalmıştır. Yüzlerce yıl eğitim olanaklarından yoksun kalmış, ev işi, çocuk bakımı gibi işlerle birlikte düşünülmüştür. Cumhuriyetin ilanından sonra kadınlara çeşitli haklar verilmiş olsa da toplumun geniş bir kesiminde kadına biçilen öncelikli rol “eş”, “anne”, “ev kadını” olmuş bunun doğal bir sonucu olarak ucuz emek ve ücretsiz yardımcı aile işçisi, olarak tanımlanmıştır. Bu filmlere, televizyon dizilerine, televizyon programlarına kısaca iletişim ortamlarına da bu şekilde yansımış ve yıllardır pekişmeye devam etmiştir. Kadınlar aile sorumluluklarıyla bağdaşabilen geleneksel rollerini sürdürmeye yardımcı olacak rollerde çalışmış/ çalışmaları uygun görülmüştür. Elbette iletişim ortamları da rollerin uygunluğu konusunda sınırlamalarını hissedilir biçimde çizmiştir. Cinsiyet rollerine ilişkin kalıp yargılar, iyi eş, iyi anne modelinin figürleri iletişim ortamlarında yerini bulmuştur. Türkiye’de Eyüboğlu ve ark.⁴⁴ yaptığı bir çalışmada, kadınların çalışma hayatından uzak durmalarının ardında çocuk bakımının aksaması, ev düzeninin bozulması ve işyerinde yabancı erkeklerle bir arada olmanın olumsuz algılanması nedenlerinin olduğu ortaya konmuştur. Dolayısıyla çalışma hayatından uzak duran, evin düzenini sağlayan, çocuk bakımını aksatmayan kadın “iyi” olarak adlandırılmaktadır. Kadının anne oluşu, kız ve erkek çocuklarının farklı kimlik yapılanmalarını ortaya çıkarmakta ve gencin kadın veya erkek olarak toplumsal cinsiyet rollerini üstlenmesi cinsel olarak eşit olmayan toplumun ve annelik rolünün yeniden üretilmesine de neden olmaktadır⁴⁵. Annelere telkin edilen, iyi anne olmaları durumunda mutluluk ve saygınlık kazanacakları, aile içinde vazgeçilmez olacakları ve bu şekilde vatandaşlık hakkı verilebileceği olmaktadır. Anneler de bu vaatler inanmakta üstelik bu erkekler tarafından gerçekleştirilemeyecek bu görevi mutlulukla yapmaktadırlar. Bu vaatlere

⁴⁴ A. Eyüboğlu, Ş. Özar, H. T. Tanrıöver, *Kentlerde Yaşayan Kadınların İş Yaşamına Katılım Sorunlarının Sosyoekonomik ve Kültürel Boyutları*, Başbakanlık Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Yayınları, Cem Web Ofset, Ankara 2000.

⁴⁵ Uğurlu, 2004, s. 54.

inanmayıp direnen kadınlarda bulunmaktadır ancak büyük çoğunluk içinde erimektedirler⁴⁶.

Kadın doğası gereği anne olma, neslin devamını sağlayacak canlıyı üretme yetisine sahiptir. Ancak annelik, kadının genetik olarak getirdiği bir durum olmayıp sosyal bir yapılandırma değildir. Toplumlar çocuğun yaşaması için anneye gereksinim duyduğunu empoze etmekte ve ekonomik üretimin çocuğa verdiği kıymetle birlikte toplumda annelik değer kazanmakta, annelik ideali de bu koşullarda oluşmaya başlamakta, iletişim ortamları, kitle iletişim araçları ile söylem pekişmektedir. Bu söylemin muhatabı eğitim düzeyi yüksek kadınlar bile olsa söylemden etkilendikleri gözlenmektedir.

Kaynakça

- Abadan N. Unat, "Söylemden Protestoya: Türkiye’de Kadın Hareketlerinin Dönüşümü". *75 Yılda Kadınlar ve Erkekler*. Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul 1998.
- Atabek Gülseren Şendur, *Türkiye’de Anneler Gününde Yayınlanan Reklam Fotoğraflarında Annelik İmgesinin Değişimi*, Eğitim Programları ve Öğretim (Güzel Sanatlar Eğitimi) Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara 1999.
- Badinter, Elisabeth, *Annelik Sevgisi: 17. Yüzyıldan Günümüze Bir Duygunun Tarihi*, çev. Kamuran Çelik, Afa Yayınları, İstanbul 1992.
- Beauvoir Simone De, *Kadın İkinci Cins Evlilik Çağı*, çev. Bertan Onaran, Payel Yayınları, İstanbul 1993.
- Birren Faber, *Color Psychology And Color Therapy*, Carol Publishing Group, NewYork 1992.
- Çakır, Özlem, *Profesyonel Yaşamda Kişisel İmaj*, Yapı Kredi Bankası A.Ş. Yayınları, İstanbul 2002.
- Chodorov, Nancy, *The Reproduction Of Mothering*, (Psychoanalysis And The Sociology Of Gender) University Of California Press, Ltd., London 1979.
- Connel, R.W, *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar*, çev. C. Soydemir, Ayrıntı, İstanbul 1998.
- Coward Rosalind, *Şu Hain Kalplerimiz*, çev. A. Bora, A. Emre. Ayrıntı Yayınları, İstanbul 1995.

⁴⁶ Elisabeth Badinter, *Annelik Sevgisi: 17. Yüzyıldan Günümüze Bir Duygunun Tarihi*, çev. Kamuran Çelik, Afa Yayınları, İstanbul 1992, s. 116.

- Davis Fred, *Moda Kültür ve Kimlik*, çev. Özden Arıkanın, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul 1997.
- Doğan İsmail, *Sosyoloji*, Sistem Yayıncılık, İstanbul 1995.
- Ecevit Yıldız, “Toplumsal Cinsiyet Sosyolojisine Başlangıç” *Toplumsal Cinsiyet Sosyolojisi*, Editörler: Yıldız Ecevit, Nadide Karkıner, Anadolu Üniversitesi yayınları no: 2307, Eskişehir 2011
- Ecevit Yıldız, “Aile Kadın Ve Devlet İlişkilerinin Değerlendirilmesinde Klasik ve Yeni Yaklaşımlar” (KSAUM’un Kadın Araştırmaları Başlığı Altında İlk Sayısı Çıkacak Olan Dergide Yayınlanmak Üzere Kabul Edilmiş Tebliğ.) İstanbul 1991.
- Eyüboğlu A., Özar Ş. Ve Tanrıöver H. T., *Kentlerde Yaşayan Kadınların İş Yaşamına Katılım Sorunlarının Sosyoekonomik ve Kültürel Boyutları*, Başbakanlık Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Yayınları, Cem Web Ofset, Ankara 2000.
- Giddens Anthony, *İleri Topluların Sınıf Yapısı*, çev. Ömer Baldık, Birey Yayıncılık, İstanbul 1999.
- Hablemitoğlu Şengül, *Toplumsal Cinsiyet Yazıları Kadınlara Dair Bir Kaç Söz*. Toplumsal Dönüşüm Yayınları, İstanbul 2004.
- Hançerlioğlu, Orhan, *Felsefe Ansiklopedisi: Kavramlar ve Akımlar*, C. 1, Remzi, İstanbul 2000.
- Haralambos M., *Sociology Themes And Perspectives*, University Tutorial Press, Bungay, Suffolk 1984.
- Illich Ivan, *Gender*, çev. Ahmet Fethi, Ayraç Yayınevi, Ankara 1996.
- Kayhan Ülker, “Aile: Tanımı, Önemi, Özellikleri Tarihsel Gelişimi Ve Aile Tipleri”, *Aile Yapısı ve İlişkileri*, Ed. Sezen Ünlü, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir 2009.
- Lipovetsky Gilles, *Üçüncü Kadın*, çev. F.N. Deniztekin, Varlık, İstanbul 1998.
- Mills C.Wight, *İktidar Seçkinleri*, çev. Ü. Oskay, Bilgi, İstanbul 1974.
- Mutlu Erol, *Televizyonu Anlamak*, Gündoğan Yayınları, Ankara 1991.
- Oakley Ann, *Sex Gender & Society*, The Camelot Press, England 1989.
- Onaran Oğuz, Seçil Büker, Ali Atıf Bir, *Eskişehir’de Erkek Rol ve Tutumlarına İlişkin Alan Araştırması*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir 1998.
- Özvarış A. Akın, Bahar Ş., “Türkiye’de Doğum ve Doğum Sonu Hizmetlerden Yararlanma”,

http://www.huksam.hacettepe.edu.tr/Turkce/SayfaDosya/turkiyede_dogum_sonrasi.pdf, 10.06. 2011.

- Saktanber Ayşe, “Türkiye’de Medyada Kadın: Serbest, Müsait Kadın veya İyi Eş Fedakar Anne”, *Kadın Bakış Açısından Kadınlar*, Hazırlayan: Şirin Tekeli, İletişim, İstanbul 1993.
- Timisi Nilüfer, “Medya ve Kadın: Temel Sorun Noktaları”, *20. Yüzyıl Sonunda Kadınlar ve Gelecek*, Todaie, No: 285, Ankara1998.
- Uğurlu Elif Gizem, *Türkiye’de Ulusal Televizyon Kanallarında Yayınlanan Reklamlarda Annelik Rolünün Sunumu*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir 2003.
- Yazıcıoğlu Yahşi, “Teknolojinin Ailenin Demografik Yapısına Etkileri” *Aile Yapısı ve İlişkileri*, Ed. Sezen Ünlü, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir 2009.