

Toplumsal Cinsiyet Rollerini Açısından Türk Çizgi Filmlerinde Anne ve Baba Temsili Üzerine Bir Çalışma

Bahar MURATOĞLU PEHLİVAN*

Özet

Bu çalışmanın amacı, Türk yapımı çizgi filmlerin anne ve baba rollerini nasıl sunduğunu, cinsiyet tektipleştirmesi açısından incelemektir. Bu amaçla, ilk önce toplumsal cinsiyet ve toplumsal cinsiyet rollerinden; ardından ise medyanın çocuklar üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmaların kuramsal dayanaklarından bahsedilmiş; daha sonra da çizgi filmlerdeki cinsiyet rolleri ve tektipleştirmeleri üzerine yapılmış önceki çalışmalar aktarılmıştır. Bu çalışma, Türk yapımı çizgi filmleri araştırdığından, örneklem olarak Türk yapımlarına en çok yer veren ve Türkiye'nin resmi kanalı olan TRT'nin çocuk kanalı TRT Çocuk'ta yayınlanan çizgi filmler seçilmiştir. Örneklemleri oluşturan çizgi filmler, kanalın sabah kuşağında yayınlanan ve aile odaklı olan *Canım Kardeşim*, *Niloya*, *Biz İkimiz* ve *Elif'in Düşleri* isimli 4 çizgi filmidir. Toplamda 16 çizgi film bölümü anne ile babanın kaç kere ekrana geldiği, çocuk ile beraber kaç kere görüldüğü ve cinsiyet tektipleştirmelerine uyan ya da uymayan davranışları kaç kere sergiledikleri üzerinden incelenmiştir. Çalışmanın bulguları, daha önceki literatürle uyumlu olarak, Türk yapımı çizgi filmlerde de cinsiyet tektipleştirmeleri olduğuna işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal cinsiyet, çizgi filmler, medya etkileri, medya ve çocuk.

A Study on Gender Based Parenting Roles in Turkish Cartoons

Abstract

This study aims to analyze how parenting roles in Turkish cartoons are represented in terms of gender stereotypes. Thus, first, the concepts of gender and gender roles; and then by, theoretical backgrounds of studies that are focused on media's effect on children are discussed. Afterwards, previous research on gender roles and stereotypes in children's cartoons are referred. Due to the fact that this study focuses on Turkish cartoons, the cartoons that are broadcasted on TRT Kids (Turkey's official broadcaster TRT's - Turkish Radio and Television Corporation - children channel) were chosen as a sample group. Sample consists of 4 cartoons (*Canım Kardeşim*, *Niloya*, *Biz İkimiz* and *Elif'in Düşleri*) which focuses on family life and that are broadcasted on morning zone. 16 cartoon episodes in total were analyzed according to how many times each parent were shown, how many times they were seen with the kids, and how many times they manifested behavior which fits or does not fit gender stereotypes. Findings suggest that, similar to previous research, Turkish cartoons support gender stereotypes.

Keywords: Gender, cartoons, media effects, media and children.

* Dr. Öğr. Üyesi, Antalya AKEV Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İletişim Tasarımı Bölümü, baharmuratoglu@gmail.com.tr

Toplumsal Cinsiyet

1970'lerden itibaren sosyologlar, bireylerin biyolojik cinsiyetleri ile toplumsal cinsiyetlerini birbirinden ayırmaya başladı. Biyolojik cinsiyet, kadın ve erkek bedeni arasındaki biyolojik farklara işaret ederken; toplumsal cinsiyet, kadın ve erkek için toplumsal olarak yapılandırılmış farklara işaret etmekteydi. Ancak söz konusu toplumsal olarak inşa edilmiş farkların, erkek cinsiyetinin tahakkümü ile şekillenen ataeril düzenin bir ürünü olduğu konusunda da büyük bir uzlaşma bulunuyordu (Holmes, 2007: 2).

Bir başka deyişle, toplum içerisinde kadın ve erkek arasında var olan farkların, doğal ya da doğuştan gelen farklar değil, sonradan edinilmiş ve toplum tarafından belirlenen farklar olduğu kabul edilmiş oluyordu. Feminist yazar Simon de Beauvoir (1949 / 2010: 330), bu durumu, "Bir insan kadın olarak doğmaz, sonradan kadın olur." diyerek ifade etmişti.

Dolayısıyla, toplumsal cinsiyetten bahsederken, bireyin doğuştan getirdiği birtakım özelliklerden değil; toplumun kişinin biyolojik cinsiyetine göre ondan beklediği tavır, davranış ve tutumlardan bahsediyoruz. Ayrıca, söz konusu tutum, davranış ve tavırların, doğal ya da doğuştan olmadığını; toplum tarafından belirlenmiş ve bireyin sosyal olarak öğrendiği normlardan oluştuğunu kabul ediyoruz.

Lorber'e (1994: 54-55) göre toplumsal cinsiyet, günlük yaşam pratiklerimizin içine o kadar yerleşmiştir ki, onun genlerimizde bulunduğu inanılır ve toplumsal olarak yaratıldığını görmekte zorlanılır. Kadın ve erkeğin nasıl davranması gerektiğine yönelik öğrenilmiş beklentilerimiz o kadar güçlüdür ki, bu beklentilerin nasıl üretildiğini fark etmeyiz. Dahası, toplumsal cinsiyete yönelik beklentiler ve öğrenme, doğumdan itibaren başlar. Çocuğun biyolojik cinsiyeti; ona giydirilecek kıyafeti, verilecek ismi, ona nasıl davranılacağını belirler. Böylece çocuk, kendi toplumsal cinsiyetini öğrenmiş olur.

Öte yandan Lorber (1994: 60-61), anne ve babalardan beklenenler veya kimin hangi işte, ne pozisyonda çalışacağı gibi iş bölümüne yönelik hususların da toplumsal cinsiyete göre farklılaştığını ifade eder. Toplumsal cinsiyet rolleri, zamanla değişebilse de, toplumsal cinsiyetin kendisi ortadan kalkmaz ve bazı toplumlarda daha az, bazı toplumlarda daha çok olmak üzere iş bölümünü etkilemeye devam eder. Bu anlamda toplumsal cinsiyet, değişimlere rağmen kategorik olarak her zaman mevcuttur ve belirli hakların ya da sorumlulukların ilişkilendirildiği bir sosyal statü olarak işlev görür. Söz konusu sosyal statü eşitsizdir ve erkeği, kadından üstün konuma yerleştirir.

Bu anlamda toplumsal cinsiyet, sosyal olarak bir düzenleme aracıdır ve bireyler, bu düzenleme sayesinde herkes için kültürel olarak anlaşılabilir bir duruma yerleşmiş olur. Söz konusu toplumsal cinsiyet düzenlemesinden, bir başka deyişle normundan bir sapma ise, kişinin kurallara uymayan, anormal bir birey olarak kabul edilmesiyle sonuçlanır (Butler, 2004: 52). Bir başka deyişle, toplumdaki yerleşik cinsiyet kalıplarından farklılaşma, bireyin toplumsal yaşamdaki kabulünü etkiler.

Öte yandan, toplumsal cinsiyet rolleri, belirli bir toplumsal cinsiyete sahip kişilerden toplumun beklediği davranışlar ve toplumsal cinsiyete göre kişiye yüklenen görev, hak ve sorumluluklar olarak özetlenebilir. Dökmen'e (2010: 26) göre toplumsal cinsiyet rolleri, "kadınlara ve erkeklere verilen farklı roller"dir ve bu terim "cinsiyet kalıp-yargılarını ya da toplumun belirlediği cinsiyet farklılıklarını yansıtmak üzere kullanılır. Daha özelden bu terim, geleneksel olarak kadınla ve erkekle ilişkili olduğu kabul edilen rolleri ifade eder".

Toplumun cinsiyet temelli beklentileri olarak şekillenen toplumsal cinsiyet rolleri, çocuklara da cinsiyetlerine göre uygun olan veya olmayan kişilik özelliklerini, oyuncakları, renkleri, davranışları, oyunları v.b. öğretir. Yetişkinler için de benzer şekilde cinsiyet rolleri, “kadına ve erkeğe uygun bulunan kişilik özellikleri ve davranışlar” olarak ortaya çıkar (Dökmen, 2010: 29-31).

Toplumsal cinsiyet rollerine bağlı olarak, cinsiyet tektipleştirmeleri de toplumda oldukça yaygındır. Söz konusu tektipleştirmelere göre, erkekler genellikle daha agresif, güçlü, bağımsız ve karar verici gibi özelliklere sahip olarak görülürken; kadınların ise daha kibar, yardımsever, anlayışlı olduğu ve başkalarını daha çok düşündüğü kabul edilir (Heilman, 2001: 658). Öte yandan geleneksel olarak kadınlara ev işleri, çocuk bakımı gibi roller yüklenirken; erkekler daha çok dışarıdaki para kazandıran işleri yapmakla görevlendirilir. Bu anlamda, örneğin dışarıda çalışmayıp evde çocuk bakan bir kadın toplum tarafından kabul görülürken, aynı davranışı seçen bir erkek olumsuz tepkilerle karşılaşabilir. Benzer şekilde, erkeğin yemek veya temizlik gibi ev işlerini yapmaması genelde herhangi bir sorun olarak algılanmazken; kadının bu işleri yapmamayı seçmesi, görev ve sorumluluklarını yerine getirmedigine yönelik bir işaret olarak görülür. Dolayısıyla, toplumsal cinsiyet rollerinin ve cinsiyet tektipleştirmelerinin, eşitsiz ve ayrımcı bir düzen inşa ettiğini ve bireyleri cinsiyetlerine göre belirlenen kalıpların içerisinde davranmaya yönlendirdiğini ifade etmek yanlış olmayacaktır.

Toplumun içerisine doğan ve toplumun bir üyesi haline gelen bireylerin söz konusu rolleri öğrenmesi, belirli süreçler ve aktörler vasıtasıyla gerçekleşir. Aile, eğitim sistemi, sosyal çevre ve arkadaşların yanı sıra, medya da bu anlamda önemli bir faktördür. Medya, böylelikle, toplumsal cinsiyete yönelik kalıp yargıların ve tektipleştirmelerin yeniden üretilmesine ve var olan eşitsizliklerin desteklenmesine yardımcı olur. Bu anlamda medyanın bireyler, özellikle de çocuklar üzerindeki etkilerine yönelik çalışmaları incelemek önemlidir.

Medya Etkileri ve Çocuk

Çocukluk şüphesiz ki, bireylerin yaşamları boyunca öğrenmeye en açık olduğu dönemdir. Bu nedenle de küçük yaşlardan itibaren çocuklara sunulan içerikler, verilen mesajlar ve anlatılan hikayeler; değerlerin oluşmasında ve kişiliğin gelişmesinde oldukça önemlidir. Bu noktadan yola çıkan bu çalışma, medyanın çocuklar üzerindeki etkilerini; çocukların sıklıkla izlediği çizgi filmlerin cinsiyet tektipleştirmeleri, özellikle de kadın ve erkeğin anne ve baba olarak rollerinin nasıl sunulduğu üzerinden araştırmak amacıyla tasarlanmıştır. Bu amaçla medyanın bireyler, özellikle de çocuklar üzerindeki etkilerine yönelik çalışmaların kuramsal temellerinden bahsetmekte fayda vardır.

Kültürel Ekme Kuramı

Çağımızda, çocuklar artık kitlesel olarak üretilmiş hikayelerin, bir başka deyişle televizyonun sürekli olarak açık olduğu evlerin içine doğar. Televizyonun yaygınlaşmasından önce çocukların dinlediği hikayeler; aile, okul, sosyal çevre gibi yerlerden gelmiştir. Oysa tarihte ilk defa, içinde bulunduğumuz çağda, söz konusu hikayelerin kaynağı kitle medyası olmuştur (Gerbner, 1998: 176).

Çocukların televizyonda en çok izledikleri içeriği, şüphesiz ki çizgi filmler oluşturur. İşte bu nedenle, çizgi filmlerin verdiği mesajlar, yaptığı dünya tasviri, sunduğu değerler ve bütün bunların çocuklar üzerindeki etkileri, pek çok çalışmanın konusunu oluşturur ve söz konusu çalışmalar, farklı kuramsal temeller üzerinden olsa da, asıl olarak aynı şeyi merak eder: Çizgi filmler çocuklara ne söylüyor ve çocukların üzerinde ne kadar etkili oluyor?

Bu alandaki araştırmaların kuramsal dayanaklarından biri, kültürel ekme kuramı olarak düşünülebilir. Söz konusu kurama göre, televizyon her eve görseller, mesajlar taşır ve kültürel ekme uygular (Gerbner, 1998: 176). Çocuklar ise çok erken yaşlardan itibaren, okumayı hatta konuşmayı dahi öğrenmeden önce televizyon izlemeye ve televizyonun mesajlarına maruz kalmaya başlar. Kurama göre, televizyon çocukların bilgi kaynağı haline geldiği ölçüde, söz konusu mesajlar, çocukların değerlerinin televizyona göre şekillenmesine neden olur (Gerbner ve diğer., 1986: 23-24)

Kuramın temellerini atan Gerbner ve arkadaşları (1976: 191), *yoğun izleyiciler* olarak adlandırdıkları, günde dört saatten fazla televizyon seyreden bireylerin, gerçekliği televizyonda gösterildiği şekilde algıladıklarını bulmuştur. Bu bireylerin dünya ile ilgili fikirleri, televizyonda gösterilen dünya ile paraleldir.

Bu durum, televizyondaki temsillerin ne şekilde olduğu ve gerçek dünyaya ne kadar benzediği araştırılınca daha da ilginç bir hale gelir. Gerbner ve diğerleri tarafından yapılan bir başka çalışmada (1986: 25-26), televizyondaki programlarda erkeklerin kadınlardan 3 kat daha fazla olduğu ve ayrıca kadınların tanıştıkları anda erkeklerden daha genç olarak konumlandırıldığı, fakat daha hızlı yaşlandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Aynı çalışmada ayrıca, 18 yaşından küçük bireylerin üçte bir, 65 yaşından büyük bireylerin ise beşte bir oranda gerçek hayattan daha az medyada yer bulduğu görülmüştür. Gerbner ve arkadaşlarına göre buradaki önemli nokta, belirli grupların daha fazla ya da az temsil edilmesinin, örneğin başarılı beyaz erkeklerin çok fazla gösterilerek kadınların ve azınlıkların dışlanması, kültürel ekme açısından ipuçları vermesidir.

Öte yandan, kadınların çoğunlukla erkeklerden daha zayıf ve korunmasız olarak temsil edildiği görülmüştür. Evli olmayan, beyaz olmayan, yabancı veya alt sınıftan kadınlar ise, özellikle daha da çok kurban rolündedir. İyi olarak sunulan erkeklerin öldürme gücü vardır, fakat iyi olarak sunulan kadınlarda aynı güç bulunmaz; böylece erkek kahramanın kurtarıcı rolündeki davranışları meşrulaştırılır (Gerbner ve diğer., 1976: 190).

Tüm bunlar göz önünde alındığında, özellikle yoğun izleyici olan çocukların, genel olarak medyada, özel olarak da çocuk yapımlarında, toplumdaki belirli grupların temsillerinden etkileneceklerini ve söz konusu temsillerin, dünyayı algılama biçimlerini şekillendirmede aktif bir rol oynayacağını söylemek yanlış olmayacaktır.

Sosyal Öğrenme Kuramı

Medyanın çocuklar üzerindeki etkileri, sosyal öğrenme kuramı bağlamında da ele alınabilir. Söz konusu kurama göre, bireyler kendi dolaysız deneyimleri ve başkalarının davranışlarını gözlemlene yoluyla yeni davranışlar öğrenebilir. Dolaysız deneyim yoluyla öğrenmede, davranışlar sonuçlarına göre pekiştirilir ve hangi davranışın başarılı olacağına yönelik düşünceler, ortaya çıkan sonuçlar ile oluşturulur (Bandura, 1971: 3).

Ancak, davranışın sonuçları vasıtasıyla ortaya çıkan ödül - ceza sistemi, her ne kadar etkili olsa da, tek başına yeterli değildir. Deneme - yanılma, pek çok davranış için ölümcül ve tehlikeli sonuçlar doğurabilir; üstelik de çok yorucudur. Bu nedenle de bireyler, pek çok davranışı, başkalarını gözlemleyerek öğrenir. Toplumun yeni üyelerine gelenekler, inanç, siyaset gibi çeşitli alanlarda davranış desenleri, eski üyeler tarafından öğretilir. Böylece, başkalarını model alarak öğrenme ortaya çıkar (Bandura, 1971: 5).

Bu noktada önemli bir kavram, özdeşleşme sürecidir. Özdeşleşme; kişinin düşüncelerini, duygularını, davranışlarını, tavırlarını, başka bir insanı model alarak düzenlemesidir. Bir bireyin davranışıyla model aldığı kişinin davranışının benzerliği, özdeşleşmeyi ifade eder. Burada dikkat edilmesi gereken nokta ise, rol modelinin davranışlarının, bireyin verdiği benzer tepkiler için belirleyici olmasıdır. Bu süreçte ilk akla gelen, çocukların kendilerini ebeveynleriyle özdeşleştireceğidir; fakat çocukların yalnızca ebeveynleri model alacağını düşünmemek gerekir. Bunun nedeni, çocukların çok fazla rol modeline maruz kalmasıdır. Bunlardan bazıları; öğretmenler, yakın çevredeki diğer yetişkinler, arkadaşlar ve televizyondaki rol modelleri olarak sıralanabilir (Bandura, 1969: 214-217).

Dolayısıyla medya, bireyin öğrenme ve gelişim sürecinde etkili bir aktör olarak ortaya çıkar. Gözlemleyerek ve özdeşleşerek öğrenme sürecinde, rahatlıkla ulaşılabilen ve çağımızda hemen herkesin yaşamında belirli bir yer tutan medya, örnek davranışları ve model olarak alınabilecek kişileri topluma sunmuş olur.

Calvert ve arkadaşları da (2004: 701), benzer şekilde, çocukların çok erken yaşlardan itibaren, medya, özellikle de televizyon sayesinde pek çok hikayeye şahit olduğunu ve medyanın bu hikayeler ile çocuklara kendi kişiliklerine dahil edebilecekleri ve özdeşleşebilecekleri özellikleri olan rol modelleri sunduğunu belirtir. Bromnick ve Swallow'a göre (1999: 117-118) de ergenliğin ilk yıllarında, ebeveynlerin ve aile üyelerinin gençlerin kimliklerini geliştirmede rol modelleri olarak ortaya çıktığı görülür. Ancak yıllar ilerledikçe, söz konusu figürler yeterli gelmemeye başlar ve gençler, yeni rol modelleri için medyaya ve eğlence dünyasına yönelir. Gençlikte ve ergenlikte birer kahraman olarak görülen rol modelleri, benliğin gelişmesinde etkilidir. Kahramanlar, toplumsal cinsiyet ve kültürel kimlik için önemli birer kaynak oluşturur.

Böylelikle gençler, televizyon aracılığı ile karşılıklarına çıkan ünlüleri hem rol modeli, hem de idol olarak görebilir. Araştırmalar, ergenlerin ve gençlerin çoğunlukla şarkıcı ya da sporcu gibi ünlülere karşı büyük hayranlık beslediklerini gösterir. Söz konusu hayranlık, çoğunlukla yaş ilerledikçe azalsa ya da ortadan kaybolsa da, bazı durumlarda varlığını aynı şiddette sürdürmeye devam eder (McCutcheon ve diğer., 2002: 68).

Bromnick ve Swallow (1999: 120-122), yaşları 11 ile 16 arasında değişen öğrenciler ile kahramanlık ve rol modeli üzerine yaptıkları çalışmada, gençlerin yüzde 23'ünün rol modeli olarak (daha çok erkek çocuklar olmak üzere) bir sporcu seçtiğini bulmuştur. Gençlerin yüzde 16'sı ise, kahraman olarak, bir film ya da televizyon yıldızını, yüzde 13'ü ise (daha çok genç kızlar olmak üzere) bir pop yıldızını seçmiştir.

Söz konusu çalışmaların sonuçları şaşırtıcı değildir, çünkü günümüzde pek çok endüstrileşmiş ülkede, ergenlerin sosyal çevresinin bir bölümünü medya oluşturur (Arnett, 1995: 519). Dolayısıyla çocuklar, ergenler ya da gençler için medyanın, kolay ulaşılabilen modeller ve davranış kalıpları sunmak gibi bir işlevi vardır. Çocuklar ve gençler, medyayı gözlemleyerek ve rol modellerini medya içeriklerinden seçerek, medyanın sunduğu kahramanlarla özdeşleşmiş olur. Böylelikle de davranışları ve tavırları medyaya uyumlu hale gelir.

Sosyalleşme

Benzer şekilde, medyanın çocuklar üzerindeki etkileri sosyalleşme süreci üzerinden de düşünülebilir. Sosyalleşme, bireyin kültürü öğrenmesi olarak tanımlanabilir. Aile, bu sürecin ilk aşamasıdır ve bireye toplumda kabul gören değerleri, toplumun ahlakını ve geleneklerini öğreten bir model olarak işlev görür (Chriss, 2008: 20). Böylelikle birey, sosyalleşme sürecinde belirli bir toplumun normlarını, değerlerini ve kurallarını öğrenir. Ancak bu noktada, tek sosyalleşme aktörü aile değildir. Okul, arkadaşlar, inanç, siyasi iklim ve elbette ki kitle medyası, güçlü sosyalleşme aktörleridir. Söz konusu aktörler sayesinde birey, toplumun değerlerini ve standartlarını tanıyarak sosyalleşir ve böylece toplumun bir üyesi haline gelir. Bunun gerçekleşmesi için ise söz konusu kurallara, değerlere ve standartlara tekrar tekrar maruz kalmak gerekir (Genner ve Süss, 2017: 2). Bir başka deyişle sosyalleşme, bir kişilik kazanma sürecidir. Bireyin kişiliği, sosyalleşme ile şekillenir ve birey, yaşamı boyunca gerekli tüm rollere, sosyalleşme ile hazırlanır (Clausen, 1969: 139-140).

Dolayısıyla bireyler, sosyalleşme süreci ile beraber, ileride bir yetişkin olarak içerisinde var olacakları toplumda kabul gören davranış biçimlerini öğrenmiş olur (Maccoby, 1984: 317). Bu açıdan sosyalleşme, bireyin toplumun beklentilerini öğrenmesi ve değerlerini içselleştirmesidir. Söz konusu içselleştirme, sosyalleşme aktörleri tarafından uygulanan ödül - ceza sistemi ile işler ve böylelikle kişi, toplum normlarına uygun davranmayı öğrenmiş olur (Parsons, 1965: 211-212).

Sosyalleşme, ömür boyu süren bir süreç olsa da, en önemli bölümü çocuklukta ve gençlikte gerçekleşir (Genner ve Süss, 2017: 2). Bu noktada, televizyonun önemi yeniden ortaya çıkar. Televizyondan ana akım kültürle yoğrulmuş hikayeler akar ve çocuklar, merkezi bir kurumdan gelen hikayeleri dinler. Bu anlatılan hikayeler bir yandan iyi - kötü, başarılı - başarısız gibi kavramları temsil ederken, bir yandan da insanlara dünya ile ilgili pek çok şeyi öğretir (Signorelli, 1990: 50).

Dolayısıyla sosyalleşme süreci, toplumun her türlü kuralının, normunun ve geleneğinin öğrenildiği ve içselleştirildiği bir süreç olarak düşünülebilir. Görece yeni bir kurum olan kitle medyası da, bu öğrenme sürecinde bireye sayısız mesaj ileterek toplumun değerlerini ve düzenini benimsemesine yardımcı olur. Ancak bunu yaparken, var olan eşitsizliklerin, tektipleştirmelerin ve ayrımcılıkların da yeniden üretilmesine ve küçük yaştan itibaren bireylere öğretilmesine neden olur ve varlıklarının devamını sağlar. İşte bu nedenle, çocuklar için hazırlanan çizgi filmlerin içerikleri ve nasıl mesajlar verdikleri oldukça önemlidir.

Çocuk, Medya ve Cinsiyet Rollerini

Leaper ve Friedman'a göre (2007: 561-566) çocuklar, toplumdaki cinsiyet rollerini öğrenirken, nelerden hoşlanacaklarını ya da nasıl başarılar kazanmaları gerektiğini de öğrenmiş olur. Söz konusu cinsiyet rolleri; aile, arkadaşlar, okul ve medya tarafından çocuklara öğretilir. Bu noktada kitle medyası, toplumsal cinsiyet hakkındaki kültürel görüşleri aktarma işlevi görür. Çocuklar için hazırlanan televizyon içeriklerinde, pek çok çalışmanın gösterdiği gibi, cinsiyet tektipleştirmesi oldukça belirgindir. Her şeyden önce, çocuklar çok daha fazla erkek karakter gördüğünden, toplumda erkeklerin kadınlardan daha üstün bir konumda olduğu algısını yaşar.

Öte yandan, çocukların zihinlerinde halihazırda var olan cinsiyet şemaları da önemlidir. Çocuğun izleme deneyimi, hem söz konusu şemayı etkiler hem de ondan etkilenir. Çizgi filmler, var olan şemayı pekiştirebilir veya yeni şemaların oluşmasını destekleyebilir. Kültürel ekme kuramında olduğu gibi, yoğun izleyicilerin zihinlerindeki şema, hafif izleyicilerinkine göre, televizyondaki içeriğe çok daha yakın olur (Calvert ve Huston, 1987: 85). Benzer şekilde McGhee tarafından yapılmış bir çalışma da, kültürel ekme kuramında olduğu gibi, yoğun izleyici çocukların, hafif izleyicilere göre daha fazla tektipleştirilmiş toplumsal cinsiyet algısı taşıdığını ortaya koyan verilere ulaşmıştır (McGhee, 1980: 185).

Dünyada en çok izlenen çizgi film kanalı Cartoon Network üzerine yapılan bir araştırma ise, erkek odaklı çizgi filmlerin, kadın odaklı çizgi filmlerden daha fazla olduğu ve çizgi filmlerde sayı olarak erkek karakterlerin kadın karakterlerin önünde olduğu sonucuna varmıştır. Öte yandan, aynı araştırma, erkek karakterlerin fiziksel olarak daha güçlü ve daha baskın olarak sunulduğunu; kadınların ise zeki olsalar bile daha güçsüz, pasif ve cinselliği ön plana çıkarılmış olarak gösterildiğini bulmuştur. Dahası, kadın karakterler, hikayenin kahramanı oldukları durumlarda bile, erkeklerin boyunduruğu altındadır (Ahmed ve Wahab, 2014: 52). O' Reilly de (2005: 273-274) benzer şekilde, çizgi filmlerde bağımsız kadın kahramanların erkek kahramanlardan daha az olmasının yanı sıra; kadın kahramanların, çoğunlukla güçlerini ve yeterliliklerini ispat etmek için mücadele etmek durumunda olduğunu belirtir.

Leaper ve diğerleri tarafından yapılan bir araştırma, bu düşünceyi destekler bir biçimde, çocukların sosyalleşmesine yardımcı olan çizgi filmlerin, onlara cinsiyet rolleri ile ilgili kültürel bilgiler verdiği bulgusuna ulaşmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, çizgi filmlerde kadınların korku belirtileri gösterme, romantik davranma, kibar olma ve destek verici eylemlerde bulunma miktarları, erkek karakterlerinkinden anlamlı derecede fazladır. Aynı çalışmada, çizgi filmlerde erkeklerin fiziksel şiddet eyleminde bulunma ya da böyle bir eyleme maruz kalma miktarının, kadınlarınkinden daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca yine çizgi filmlerde erkek karakterlerin sayısı, kadın karakterlerden anlamlı derecede fazladır (Leaper ve diğer., 2002: 1659-1660).

Bir başka çalışma, televizyon rehberinde listelenen çizgi filmler üzerinden, toplamda 175 bölüm izlenerek gerçekleştirilmiştir ve elde edilen verilerde, kadın karakterlerin, erkek karakterin yarısı kadar konuştuğu; erkek karakterlerin daha bağımsız, sorumluluk sahibi ve önemli olduğu; kadın karakterlerin ise daha duygusal, romantik ve duyarlı olarak tasvir edildiği ortaya çıkmıştır (Thompson ve Zerbinos, 1997: 656-659). Aynı araştırmacılar tarafından yapılmış bir başka çalışmada ise, erkek karakterlerin kırgınlık, liderlik, cesaret gibi özellikleri daha çok gösterdiği, daha fazla emir verdiği ve fikirlerini dile getirdiği bulunmuştur. Kadınların ise daha fazla koruma ve tavsiye istediği, ilişki vurgusu yaptığı ve bağlılık gösterdiği gözlemlenmiştir. Bir diğer konu ise, erkeklerin daha fazla iş dünyasında bulunması, kadınların ise daha çok başkalarının bakımını üstlenen kişi konumunda sunulmasıdır. Kadınların yalnızca yüzde 13'ü bir işe sahiptir ve erkeklerin başka birinin bakımını üstlendiği bir duruma hiç rastlanmamıştır (Thompson ve Zerbinos, 1995: 669).

Öte yandan, söz konusu programları izleyen çocuklarla, daha çok ne tür davranışları fark ettiklerini ölçmek için yapılan bir çalışmada, tektipleştirilmiş davranışları daha fazla fark eden çocukların, kendileri için de tektipleştirilmiş bir iş seçtiği görülmüştür. Bu durum, erkek çocuklarda daha güçlüdür. Çalışan annelerin çocuklarının ise, tektipleştirilmiş davranışları daha az fark ettiği ortaya çıkmıştır (Thompson ve Zerbinos, 1997: 421-427).

Aubrey ve Harrison (2004: 124) tarafından yapılan bir diğer çalışma ise, farklı sonuçlara ulaşmıştır. Araştırma, ilkokul 1 ve 2. sınıf öğrencilerinin en sevdikleri 6 çizgi film üzerinden gerçekleştirilmiştir ve yine, erkek karakterlerin kadın karakterlerin 2 katı olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ancak bu çalışmada, benzerlerinin aksine, kişilik özellikleri açısından cinsiyetler arasında bir fark bulunmamıştır. Yazarlar bu konuyla ilgili olarak, televizyon listelerindeki çizgi filmler yerine çocukların sevdiği çizgi filmleri seçtiklerini, sonucun bu seçimden kaynaklanmış olabileceğini ve örneklemin genellenemeyeceğini belirtmiştir.

Tüm bu çalışmalara bakıldığında, çizgi filmler aracılığıyla egemen söylemin pekiştirildiğini ve tektipleştirmelerin, herhangi bir eleştirel görüş olmadan yeniden üretildiğini görürüz (Burguera, 2001: 74). Toplumdaki yerleşik cinsiyet kalıpları, böylelikle, çocukların zihnine medya tarafından işlenmiş olur. Çocuklar, karakter gelişimleri sürerken, davranışlarını ve seçimlerini etkileyecek hikayelerde sürekli olarak tektipleştirilmiş cinsiyet rollerine maruz kalır ve böylece var olan kalıpların devamı sağlanır.

Konuyla ilgili Türkiye’de yapılmış çalışmalara bakıldığında ise, ilk olarak, en popüler Türk yapımı çizgi filmlerden biri olan Pepee’deki cinsiyet rollerini inceleyen bir araştırmadan bahsedilebilir. Söz konusu araştırma; çizgi filmdeki rollerin, davranışların, kıyafet seçimlerinin ve kıyafet renklerinin sunumunda cinsiyet tektipleştirmesi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca, kadın karakterler çoğunlukla evde, ev işleri yaparken veya çocuk bakarken, bir başka deyişle anne ve eş rolüyle; erkek karakterler ise genel olarak evin dışında çalışırken gösterilmiştir (Kalaycı, 2015: 262).

Yine Türkiye’de en çok izlenen Türk yapımı çizgi filmlerden biri olan Niloya’da da cinsiyet rolleri açısından benzer bulgulara ulaşılmıştır. Niloya üzerine yapılan çalışmada, ev içinde yapılan işlerin, kıyafet ve renk tercihlerinin, oyun ve oyuncak seçimlerinin, cinsiyet tektipleştirmeleri içerdiği görülmüştür. Yapımda kadın karakterlerin yine çoğunlukla ev işi ve çocuk bakımıyla ilgilendiği, erkeklerin çok fazla görünmediği, görüldüğü zaman ise ev dışındaki işlerle uğraştığı sonucuna ulaşılmıştır (Yağan Güder, 2017: 103).

Türkiye’de çocuklara yönelik yapımlardaki cinsiyet rolleri üzerine yapılmış bir başka çalışma, Kinder reklamları üzerinden gerçekleştirilmiştir. 3 Kinder reklamı incelenerek yapılan araştırmada, annelerin evde veya mutfakta, çocuklarla ilgilenirken sunulduğu görülmüştür. Ayrıca kız ve erkek çocukların sunumu da farklılaşmıştır. Kız çocuklarının bebeklerle ya da evcilik oynadığı, erkek çocukların ise daha çok top oynadığı veya oyunlarda işten gelen baba rolünde olduğu gözlemlenmiştir (Kalan, 2010: 87).

Araştırmaların sonuçlarına bakıldığında, Türkiye’de de ana akım çocuk yapımlarında cinsiyet rollerinin tektipleştirilmiş olduğu sonucuna varılabilir. Çizgi filmlerde sunulan roller, toplumdaki yerleşik kalıplarla uyumlu ve söz konusu kalıpları yeniden üreten bir yapıya sahiptir. Bu araştırmada ise, Türk yapımı çizgi filmlerdeki cinsiyet rolleri, anne ve baba rolü özelinde araştırılacaktır.

Konuyla ilgili Türkiye’de yapılmış çalışmalara bakıldığında ise, ilk olarak, en popüler Türk yapımı çizgi filmlerden biri olan Pepee’deki cinsiyet rollerini inceleyen bir araştırmadan bahsedilebilir. Söz konusu araştırma; çizgi filmdeki rollerin, davranışların, kıyafet seçimlerinin ve kıyafet renklerinin sunumunda cinsiyet tektipleştirmesi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca, kadın karakterler çoğunlukla evde, ev işleri yaparken veya çocuk bakarken, bir başka deyişle *anne ve eş* rolüyle; erkek karakterler ise genel olarak evin dışında çalışırken gösterilmiştir (Kalaycı, 2015: 262).

Yine Türkiye’de en çok izlenen Türk yapımı çizgi filmlerden biri olan Niloya’da da cinsiyet rolleri açısından benzer bulgulara ulaşılmıştır. Niloya üzerine yapılan çalışmada, ev içinde yapılan işlerin, kıyafet ve renk tercihlerinin, oyun ve oyuncak seçimlerinin, cinsiyet tektipleştirmeleri içerdiği görülmüştür. Yapımda kadın karakterlerin yine çoğunlukla ev işi ve çocuk bakımıyla ilgilendiği, erkeklerin çok fazla görünmediği, görüldüğü zaman ise ev dışındaki işlerle uğraştığı sonucuna ulaşılmıştır (Yağan Güder, 2017: 103).

Türkiye’de çocuklara yönelik yapımlardaki cinsiyet rolleri üzerine yapılmış bir başka çalışma, Kinder reklamları üzerinden gerçekleştirilmiştir. 3 Kinder reklamı incelenerek yapılan araştırmada, annelerin evde veya mutfakta, çocuklarla ilgilenirken sunulduğu görülmüştür. Ayrıca kız ve erkek çocukların sunumu da farklılaşmıştır. Kız çocuklarının bebeklerle ya da evcilik oynadığı, erkek çocukların ise daha çok top oynadığı veya oyunlarda *işten gelen baba* rolünde olduğu gözlemlenmiştir (Kalan, 2010: 87).

Araştırmaların sonuçlarına bakıldığında, Türkiye’de de ana akım çocuk yapımlarında cinsiyet rollerinin tektipleştirilmiş olduğu sonucuna varılabilir. Çizgi filmlerde sunulan roller, toplumdaki yerleşik kalıplarla uyumlu ve söz konusu kalıpları yeniden üreten bir yapıya sahiptir. Bu araştırmada ise, Türk yapımı çizgi filmlerdeki cinsiyet rolleri, anne ve baba rolü özelinde araştırılacaktır.

Yöntem

Bu araştırmanın amacı, cinsiyet rollerini, anne ve baba rolü üzerinden araştırmak olduğundan, örneklem olarak aile üzerine odaklanan çizgi filmlerin seçilmesine karar verilmiştir. Ayrıca, çalışma Türk yapımı çizgi filmleri araştırdığından, Türk yapımlarına en çok yer veren ve Türkiye’nin resmi kanalı olan TRT’nin çocuk kanalı TRT Çocuk’ta yayınlanan çizgi filmler seçilmiştir. Örneklem olarak belirlenen çizgi filmler, kanalın sabah kuşağında yayınlanan ve anne, baba ve çocukların günlük yaşamı üzerine yoğunlaşan *Canım Kardeşim*, *Niloya*, *Biz İkimiz* ve *Elif’in Düşleri* isimli 4 çizgi filmidir ve her birinin 4’er bölümü rastlantısal olarak seçilerek örneklem oluşturulmuştur.

Her bir çizgi film bölümü, anne ile baba rolündeki bireylerin hangi eylemleri kaç kere gerçekleştirdiği, kaç kere ekrana geldiği, çocuk ile beraber kaç kere görüldüğü ve cinsiyet tektipleştirmelerine uyan ya da uymayan davranışları kaç kere sergiledikleri üzerinden kodlanarak incelenmiştir.

Bulgular

Örneklem olarak seçilen toplam 16 çizgi film bölümünde anne, evin dışında yalnızca bir kere, o da çocukları parka götürürken görülmüştür. Anne, evin dışında ve çocuk bakımını içermeyen bir işle uğraşırken hiç görülmemiştir. Benzer bir şekilde, çocuklar evdeyken annenin evde olmadığı herhangi bir sahneye rastlanmamıştır. 4 çizgi film içerisinde, annenin çalıştığını belirten çizgi film sadece *Canım Kardeşim*’dir; aynı şekilde, babanın mutfakta iş yaparken görüldüğü tek çizgi film de yine aynıdır. Diğer çizgi filmlerde annenin çalışmadığı ve babanın mutfakta iş yapmadığı görülmüştür. Diğer 3 çizgi filmin aksine, *Canım Kardeşim*’in örneklem olarak seçilen bölümlerinde annenin mutfakta iş yaptığı bir sahne yoktur.

Çizgi filmlerde anne ve babanın iş dağılımı ve görünümü arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. 4 çizgi filmin toplam verilerine bakarsak, annenin toplam görünümü, babanın görünümünün 1,5 katıdır; bir başka deyişle anne, babadan yüzde 50 daha fazla görünmüştür. Çocukla ilgilenme sayısına bakıldığında ise, annenin çocukla ilgilenme oranının babanınkinin 2,3 katı olduğu gözlemlenmiştir. Aradaki fark, yüzde 200'den fazladır. Mutfak işi söz konusu olduğunda ise baba yalnızca bir kez, *Canım Kardeşim*'in bir bölümünde mutfakta iş yaparken görülmüştür. Dolayısıyla mutfak işleri neredeyse tamamen, anneler tarafından yapılmıştır. Öte yandan anne, hiçbir bölümde ev dışında iş yaparken görülmemiştir.

Ebeveyn temsilinde cinsiyetler arası eşitliğin en yüksek olduğu çizgi film *Canım Kardeşim* olarak gözlemlenmiştir. İzlenen 4 bölümde annenin hiç mutfak işi yapmadığı, babanın ise 1 kez yaptığı görülmüştür. Annenin çocukla ilgilenme sayısı, babanınkinden yüzde 25 fazladır ve bu diğer çizgi filmlere göre oldukça düşük bir orandır. Toplam görünümde de yine aradaki fark yüzde 25'tir.

Canım Kardeşim'in analizini dışarıda bırakıp, yalnızca diğer 3 çizgi filme bakıldığında ise, annenin görülme oranının, babanınkinin 1,8 katına çıktığı; annenin çocukla ilgilenme oranının babanınkinin 4 katına yükseldiği ve babanın mutfakta hiç iş yapmadığı görülmüştür.

Niloya, *Elif'in Düşleri* ve *Biz İkimiz* ayrı ayrı incelendiğinde ise, *Niloya*'da babanın mutfak işi hiç yapmadığı; annenin babanın 3 katı kadar çocukla ilgilendiği ve toplamda annenin babadan yüzde 60 daha fazla görüldüğü gözlemlenmiştir. *Elif'in Düşleri*'nde ise, yine baba mutfakta hiç görülmemiş; anne babanın 7 katı kadar çocukla ilgilenmiş ve toplamda anne, babanın 2,5 katı kadar görülmüştür. *Biz İkimiz*'e bakıldığında ise sonuçlar şöyledir: Baba mutfakta hiç görülmemiştir, anne babanın 3 katı kadar çocukla ilgilenmiştir ve toplamda 2,5 katı kadar görülmüştür.

Tartışma ve Sonuç

TRT Çocuk sabah kuşağında yayınlanan Türk yapımı aile çizgi filmlerinin incelenmesi sonucunda, anne ve baba rollerinin sunumunda cinsiyet rolleri açısından tektipleştirme olduğu görülmüştür. Elde edilen bulgular, bu yönden daha önceki çalışmalarla ve var olan literatürle uyumludur. Çizgi filmlerin geneline bakıldığında, annenin daha çok evin içerisinde, mutfak ve çocuk bakımıyla ilgilendiğini ve bu anlamda içeriklerin kalıplaşmış cinsiyet rollerini yeniden ürettiğini söylemek mümkündür.

İlk olarak, aile odaklı çizgi filmlerde annenin babadan yüzde 50 daha fazla görünür olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Söz konusu çizgi filmlerin hedef kitlesi ve ana karakteri çocuktur. Yerleşik cinsiyet tektipleştirmelerine göre, çocukla daha fazla vakit geçiren ve çocukla ilgilenen ebeveyn anne olarak kabul edilir. Dolayısıyla, çocukların yanında annenin daha fazla görünür olması beklenen bir sonuçtur. Bu duruma paralel bir şekilde, annenin çocukla ilgilenme oranı da babanınkinin 2,3 katıdır. Söz konusu bulgulara göre çizgi filmlerin, çocuğun yanında bulunma ve çocukla ilgilenme görevinin anneye ait olduğuna yönelik yargıyı çocukların zihnine yerleştiren mesajlar gönderdiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Öte yandan, yine söz konusu çizgi filmlerde mutfak işi neredeyse tamamen annenin sorumluluğunda olarak sunulmuştur. Yalnızca *Canım Kardeşim* isimli çizgi filmde baba mutfakta iş yaparken gösterilmiş; diğer çizgi filmlerde ise babanın herhangi bir mutfak işi yapmadığı, daha çok evin dışındaki işlerle ilgilendiği gözlemlenmiştir. Anne ise genellikle evin içerisinde gösterilmiştir, evden çıktığı zaman ise yanında çocuklar vardır. Sadece *Canım Kardeşim* isimli çizgi filmde annenin çalıştığı belirtilmiştir. Söz

konusu bulgular, yine toplumdaki yerleşik cinsiyet tektipleştirmeleriyle ve daha önce yapılmış araştırmalarla uyumludur. Dolayısıyla çizgi filmlerin çocuklara, var olan cinsiyet rollerini pekiştirerek; annenin bireyselliğini göz ardı eden; anneyi eve, mutfağa ve çocuk bakımına hapseden bir mesaj ilettiğini söylemek mümkündür.

Medyanın kurumsallaşmış bir hikaye anlatıcısı olduğu ve günümüzde çocukların en önemli bilgi kaynaklarından biri haline geldiği düşünüldüğünde, kültürel ekme kuramının da öne sürdüğü gibi, çocukların televizyon aracılığıyla maruz kaldıkları mesajların, değerlerinin oluşmasında etkili olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Özellikle, yoğun izleyicilerin dünyayı algılama biçimlerinin televizyondaki gerçekliğe paralel olduğu düşünüldüğünde; çizgi filmlerin cinsiyet rolleri ile ilgili tektipleştirilmiş mesajlar iletilmesinin, toplumdaki cinsiyet eşitsizliğini pekiştirdiği ve var olan kalıp yargıları desteklediği söylenebilir. Televizyonun sağladığı içerikler, çocuklara kadın - erkek, anne - baba rolleriyle ilgili kültürel ekme uygulamaları ve çocukların bu açıdan dünyaya bakışlarını etkiler.

Benzer şekilde, sosyal öğrenme kuramı da, bireylerin toplumun değerlerini öğrenirken eski üyelerden yardım aldığını, başkalarını gözlemlediğini ve rol modelleriyle özdeşleşerek davranış, tavır ve düşüncelerini belirlediğini belirtir. Medya bu noktada çocuklar için hem başkalarını gözlemleyebileceği, hem de özdeşleşmek için rol modelleri seçebileceği bir mecra olarak işlev görür. Dolayısıyla medyanın sunduğu değerler, çocukların değerlerinin gelişiminde ve toplum normlarını öğrenmesinde etkilidir. Bu nedenle cinsiyet rollerine yönelik tektipleştirmelere medya üzerinden maruz kalan çocuk, kendi değerlerini de benzer şekilde oluşturabilir.

Bireyin içerisinde yaşadığı toplumun kültürünü öğrendiği sosyalleşme sürecinde de; ahlak, normlar ve gelenekler, çeşitli aktörler sayesinde bireye aşılır ve söz konusu aktörlerden biri kitle medyasıdır. Medya, toplumun değerlerine yönelik mesajları aile, okul, sosyal çevre gibi diğer kurumlarla birlikte çocukluktan itibaren bireye ileterek, onun toplumun bir üyesi haline gelmesini sağlar. Dolayısıyla medyanın verdiği mesaj, yerleşik cinsiyet rollerini destekleyici ve tektipleştirici olursa, öğrenme sürecindeki çocuklar ve buna bağlı olarak yetişmekte olan yeni kuşaklar da, benzer kalıp yargılara sahip olacaktır. Bu nedenle çizgi filmlerde var olan tektipleştirmeler, cinsiyet eşitsizliğinin kuşaktan kuşağa aktarılmasına, pekiştirilmesine ve yeniden üretilmesine neden olur.

Bu çalışmada incelenen Türk yapımı çizgi filmlerin de, alanda daha önce yapılmış çalışmaların bulgularıyla uyumlu olarak, cinsiyet tektipleştirmelerini ve toplumda var olan cinsiyet rollerini desteklediği gözlemlenmiştir. Bu durumun ise gerek kültürel ekme, gerekse de sosyal öğrenme ve sosyalleşme kuramlarıyla beraber düşünüldüğünde, çocukların ve dolayısıyla yeni kuşakların zihinlerine aynı kalıp yargıları üreten mesajları ileterek, cinsiyet eşitsizliğinin desteklenmesine neden olacağını söylemek yanlış olmayacaktır.

Kaynakça

- Ahmed, S. ve Wahab, J. A. (2014). Animation and socialization process: Gender role portrayal on cartoon network. *Asian Social Science*, 10 (3), 44.
- Arnett, J. J. (1995). Adolescents' uses of media for self-socialization. *Journal of Youth and Adolescence*, 24 (5), 519-532.
- Aubrey, J. S., ve Harrison, K. (2004). The gender-role content of children's favorite television programs and its links to their gender-related perceptions. *Media psychology*, 6 (2), 111-146.
- Bandura, A. (1969). Social learning theory of identificatory process. D. A. Goslin, (Ed.), *Handbook of socialization theory and research*. (213-262). Chicago: Rand McNally & Company
- Bandura, A. (1971). *Social learning theory*. New York:General Learning Press.
- Bromnick, R. D. ve Swallow, B. L. (1999). I like being who I am: A study of young people's ideals. *Educational Studies*, (25) 2, 117-128.
- Burguera, X. F. (2011). Muffled voices in animation. Gender roles and black stereotypes in warner bros. cartoons: From honey to babs bunny. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series IV: Philology & Cultural Studies*, (2), 65-76.
- Butler, J. (2004). *Undoing gender*. New York: Routledge.
- Calvert, S. L. ve Huston, A. C. (1987). Television and children's gender schemata. *New Directions for Child and Adolescent Development*, 1987 (38), 75-88.
- Calvert, S. L., Murray, K. L. ve Conger, E. E. (2004). Heroic DVD portrayals: What US and Taiwanese adolescents admire and understand. *Applied Developmental Psychology*, 25, 699-716.
- Chriss, J. J. (2008). *Social control: An introduction*. Massachusetts: Polity Press.
- Clausen, J. (1969). Recent developments in socialization theory and research. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 377 (1), 139-155.
- de Beauvoir, S. (2010). *The second sex* (C. Borde ve S. Malovany-Chevallier, Çev.). New York: Vintage Books.
- Dökmen, Z. Y. (2010). *Toplumsal Cinsiyet: Sosyal psikolojik açıklamalar* (2. basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Genner, S. ve Süss, D. (2017). Socialization as media effect. *The International Encyclopedia of Media Effects*, 1-15.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. *Perspectives on Media Effects*, 1986, 17-40.
- Gerber, G. ve Gross, L. (1976). Living with television: the violence profile. *Journal of Communication*, 26 (2), 173-199.

- Gerbner, G. (1998). Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication and Society*, 1(3-4), 175-194.
- Gündüz Kalan, Ö. (2010). Reklamda çocuğun toplumsal cinsiyet teorisi bağlamında konumlandırılması: 'Kinder' reklam filmleri üzerine bir inceleme. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1 (38), 75-89.
- Heilman, M. E. (2001). Description and prescription: How gender stereotypes prevent women's ascent up the organizational ladder. *Journal of Social Issues*, 57 (4), 657-674.
- Holmes, M. (2007). What is gender? Sociological approaches. London: Sage Publications.
- Kalaycı, N. (2015). Toplumsal cinsiyet eşitliği açısından bir çizgi film çözümlemesi: Pepee. *Eğitim ve Bilim*, 40 (177), 243-270.
- Leaper, C., Breed, L. Hoffman, L. ve Perlman, C. A. (2002). Variations in the gender-stereotyped content of children's television cartoons across genres. *Journal of Applied Social Psychology*, 32 (8), 1653-1662.
- Leaper, C. ve Friedman, C. K. (2007). The socialization of gender. J. E. Grusec ve P. D. Hastings. (Ed.), *Handbook of socialization: Theory and research*. (561-587). New York: Guilford Publications.
- Lorber, J. (1994). *Paradoxes of gender*. New Haven: Yale University Press.
- Maccoby, E. E. (1984). Socialization and developmental change. *Child development*, 317-328.
- McCutcheon, L. E., Lange, R. ve Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology*, 93, 67-87.
- McGhee, P. E., & Frueh, T. (1980). Television viewing and the learning of sex-role stereotypes. *Sex roles*, 6 (2), 179-188.
- O' Reilly, J. D. (2005). The wonder woman precedent: Female (super) heroism on trial. *The Journal of American Culture*, (28) 3, 273-283.
- Parsons, T. (1965). *The social system* (2. baskı.). New York: The Free Press.
- Thompson, T. L., & Zerbinos, E. (1995). Gender roles in animated cartoons: Has the picture changed in 20 years? *Sex roles*, 32 (9-10), 651-673.
- Thompson, T. L., & Zerbinos, E. (1997). Television cartoons: Do children notice it's a boy's world?. *Sex Roles*, 37 (5-6), 415-432.
- Yağan Güder, S., Ay, A., Saray, F., & Kılıç, İ. (2017). Okul öncesi dönem çocuklarının izledikleri çizgi filmlerin toplumsal cinsiyet kalıp yargıları açısından incelenmesi: Niloya örneği. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 5 (2), 95-110.
- Signorelli, N. (1990). Children, television, and gender roles: Messages and impact. *Journal of Adolescent Health Care*, 11, 50-58.