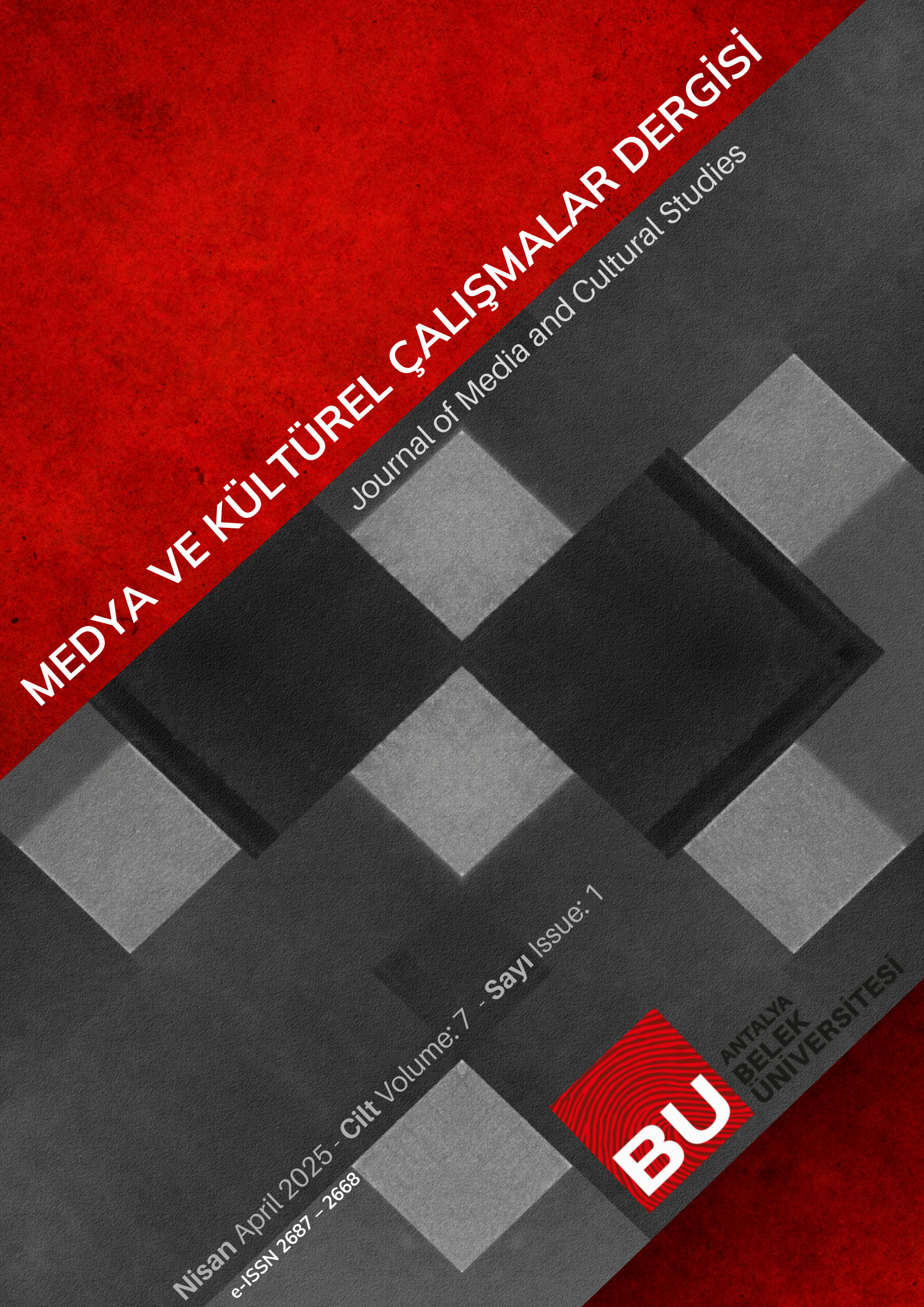




MEDYA VE KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR DERGİSİ

Journal of Media and Cultural Studies

Nisan April 2025 - Cilt Volume: 7 - Sayı Issue: 1
e-ISSN 2687 - 2668



ANTALYA
BELEK
ÜNİVERSİTESİ

MEDYA VE KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR DERGİSİ
ANTALYA BELEK ÜNİVERSİTESİ
SANAT VE TASARIM FAKÜLTESİ

Nisan April 2025 - Cilt Volume: 7 - Sayı Issue: 1
e-ISSN 2687 – 2668



ANTALYA
BELEK
ÜNİVERSİTESİ

Medya ve Kültürel Çalışmalar alanında hakemli bir dergidir.

It is a peer-reviewed journal focuses on media and cultural studies.

Yaygın-sürekli bir yayındır. Yılda iki kez yayınlanır.

It is a periodical journal. It is published semi-annually.

Dili: Türkçe - İngilizce

Language: Turkish - English

SAHİBİ OWNER

Antalya Belek Üniversitesi adına Rektör V. Prof. Dr. Abdullah Kuzu

EDİTÖRLER EDITORS

Dr. Öğr. Üyesi Pelin Ügümü Aktaş - Antalya Belek Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Çiçek Topçu Yücel - Antalya Belek Üniversitesi

YABANCI DİL EDİTÖRÜ LANGUAGE EDITOR

Arş. Gör. Hikmet Derya Çatal - Antalya Belek Üniversitesi

MİZANPAJ EDİTÖRÜ LAYOUT EDITOR

Burcu Yıldırım Parlak

KAPAK TASARIM COVER DESIGN

Burcu Yıldırım Parlak

YAYIN KURULU EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Aysun Altunöz - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Prof. Dr. Gönül Demez - Akdeniz Üniversitesi

Prof. Dr. Hüseyin Bal - Antalya Belek Üniversitesi

Prof. Dr. Meral Serarlan - Selçuk Üniversitesi

Doç. Dr. Asuman Aypek Arslan - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Doç. Dr. Aysun Aydın - Düzce Üniversitesi

Doç. Dr. Azime Candaş - Afyon Kocatepe Üniversitesi

Doç. Dr. Gül Esra Atalay - Üsküdar Üniversitesi

Doç. Dr. Nagihan Çetin - Antalya Belek Üniversitesi

Doç. Dr. Uğur Günay Yavuz - Akdeniz Üniversitesi

Doç. Dr. Seyhan Aksoy - Süleyman Demirel Üniversitesi

BİLİM DANIŞMA KURULU SCIENCE ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Arzu Kihir - İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Axel Ernst Walter - Litvanya Vilnius Üniversitesi

Prof. Dr. Aykut Barış Çerezcioglu - Dokuz Eylül Üniversitesi

Prof. Dr. Aytekin Can - Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. Can Bilgili - Hasan Kalyoncu Üniversitesi

Prof. Dr. Eda Erdoğan - Yalova Üniversitesi

Prof. Dr. Emel Karagöz - Kocaeli Üniversitesi

Prof. Dr. Emel Şerife Akca - Kocaeli Üniversitesi

Prof. Dr. Emine Uçar İlbuğa - Akdeniz Üniversitesi

Prof. Dr. Ewa Mazierska - Central Lancashire Üniversitesi

Prof. Dr. Fidan Uğur Çerikan - Pamukkale Üniversitesi

Prof. Dr. Füsun Alver - İstanbul Ticaret Üniversitesi

Prof. Dr. Füsun Topsümer - Ege Üniversitesi

Prof. Dr. Gönül Demez - Akdeniz Üniversitesi

Prof. Dr. Gülseren Şendur Atabek - Akdeniz Üniversitesi

Prof. Dr. Huriye Tokar - Yaşar Üniversitesi

Prof. Dr. Kürşat Öncül - Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Prof. Dr. Liljana Siljanovska - Güney Doğu Avrupa Üniversitesi

Prof. Dr. Nazife Güngör - Üsküdar Üniversitesi

Prof. Dr. Onur Dursun - Çukurova Üniversitesi

Prof. Dr. Selda Bulut - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Prof. Dr. Süleyman İrvan - Üsküdar Üniversitesi

Prof. Dr. Şükrü Balcı - Selçuk Üniversitesi

Doç. Dr. Andrius Vaišnys - Litvanya Vilnius Üniversitesi

Doç. Dr. Ayşegül Demir - Sinop Üniversitesi

Doç. Dr. Didem Narmanlı - Süleyman Demirel Üniversitesi

Doç. Dr. Emrah Başer - Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

Doç. Dr. Emre Osman Olkun - Selçuk Üniversitesi

Doç. Dr. Ferdi Selim - Cumhuriyet Üniversitesi

Doç. Dr. Filiz Güven - Sinop Üniversitesi

Doç. Dr. Gökhan Akel - Antalya Belek Üniversitesi

Doç. Dr. Gökhan Gültekin - Aksaray Üniversitesi

Doç. Dr. Gül Yaşartürk - Akdeniz Üniversitesi

Doç. Dr. Gülten Adalı - Akdeniz Üniversitesi

Doç. Dr. Harun Akçam - Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi

Doç. Dr. Mehmet Sefa Doğru - Selçuk Üniversitesi

Doç. Dr. Mehmet Şeren - Antalya Belek Üniversitesi

Doç. Dr. Murat Şahin - Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Doç. Dr. Nagihan Çetin - Antalya Belek Üniversitesi

Doç. Dr. Nursel Uyaniker - Marmara Üniversitesi

Doç. Dr. Özge Uğurlu Akbaş - Üsküdar Üniversitesi

Doç. Dr. Renata Šukaitytė-Coenen - Litvanya Vilnius Üniversitesi

Doç. Dr. Serhat Koca - Anadolu Üniversitesi

Doç. Dr. Seyfi Kılıç - Süleyman Demirel Üniversitesi

Doç. Dr. Şafak Etike - Yozgat Bozok Üniversitesi

Doç. Dr. Şefika Özdemir - Süleyman Demirel Üniversitesi

Doç. Dr. Tamer Bayrak - Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Doç. Dr. Tülin Sepetçi - Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Doç. Dr. Ürün Yıldırım Önk - Yaşar Üniversitesi

Doç. Dr. Zehra Cerrahoğlu - Dokuz Eylül Üniversitesi

Doç. Dr. Zühal Fidan Barıççı - Aksaray Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Candan Koçak - Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Cihan Oğuz - İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ece Nur Özay Söğütöller - Uluslararası Final Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Harun Akçam - İstanbul Arel Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi İhsan Koluçak - Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi İrem Inceoğlu - Kadir Has Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Kerim Karagöz - Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Merve Erdoğan - Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Mitat Kandemir - Selçuk Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Nihal Acar - Cumhuriyet Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Süleyman Kıvanç Türkoglu - Çukurova Üniversitesi

Dr. Cenk Ateş - Selçuk Üniversitesi

Dr. Emrah Onur Karataş - Akdeniz Üniversitesi

Dr. Mehmet Uluç - Harran Üniversitesi

Dr. Rıdvan Yücel - Akdeniz Üniversitesi

Dr. Türker Söğütöller - Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

ADRES ADDRESS

Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi

Antalya Belek Üniversitesi - Sanat ve Tasarım Fakültesi

Kadriye Mah. Celal Bayar Cad. No: 5-6, Serik/ANTALYA

E-posta: medyavekulturelcalismalar@belek.edu.tr

AMAÇ VE KAPSAM AIMS AND SCOPE

Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi, Nisan ve Ekim aylarında olmak üzere yılda iki kez yayınlanan, ulusal, hakemli ve açık erişimli bir elektronik dergidir. Amacı; medya, iletişim ve kültürel çalışmalar alanlarında akademik çalışmaları desteklemek ve yeni perspektiflere yer vermektir. Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi; medya, kitle iletişimi, kültür, çağdaş kültür ve popüler kültür ile ilgili analizler üzerine odaklanır. Ayrıca söz konusu alanların; sosyal ilişkiler, bireylerin deneyimleri ve anlam dünyaları üzerindeki dönüştürücü etkilerine yönelik çalışmalar da derginin kapsamı içerisinde yer alır.

Journal of Media and Cultural Studies is a peer-reviewed, electronic, and open access journal that is published semi-annually on April and October. Journal aims to support academic studies and new perspectives on media, communication, and cultural studies. Journal of Media and Cultural Studies focuses on analysis of media, mass communication, culture, contemporary culture, and popular culture; and also studies on transformative effects of these fields on social relations, individuals' experiences and semantic worlds.

Her hakkı saklıdır. Makalelerin sorumlulukları yazarlara aittir.

All rights reserved. Authors are fully responsible for their papers.

DİZİNLER INDEXES

ASOS
indeks

EBSCO

idealonline

EuroPub

ESJI
European
Scientific
Journal
Index

İÇİNDEKİLER CONTENTS

5

EDİTÖRDEN EDITOR'S NOTE
Pelin ÜGÜMÜ AKTAŞ, Çiçek TOPÇU YÜCEL

ARAŞTIRMA MAKALELERİ RESEARCH ARTICLES

7-28

Haber Dili ve Toplumsal Cinsiyet Eşitliği: Haberlerde Kadın Temsili
News Language and Gender Equality: Women Representation in News
Şebnem ÖZDEMİR, Dilara Nergishan KOÇER

29-45

Zamane Kızları: Şarkılarda Mizojininin İzlerini Sürmek
Today's Girls: Trace Misogyny in Songs
Muharrem DERİN

46-60

Barbie ve Günümüzde Tüketim Kültürüne Etkisi
Barbie and its Impact on Today's Consumption Culture
Handan Sabriye YAMAN

61-72

Baba-Kız İlişkisinin Animasyon Filmlerindeki Sunumu
The Presentation of Father-Daughter Relationship in Animated Films
Merve KAŞKAYA, Yusuf YÜCEL

DERLEME MAKALELER REVIEW ARTICLES

73-83

Göç ve Sosyal Hizmet: Zorunlu Göç Yaşayan Çocuklar ve Travmatik Deneyimleri
Migration and Social Services: Forced Migration Living Children and Their Traumatic Experiences
Abdurrahim DOĞAN

EDİTÖRDEN...

Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi'nin Nisan sayısını paylaşıyor olma mutluluğuyla tüm okurlarımıza merhaba! Yayın Kurulu adına bu sayıda da bizlere cömertçe katkı sağlayan tüm yazarlara, hakemlere ve danıştığımız tüm öğretim elemanlarına sonsuz teşekkürler!

Beş değerli yazıyla yeniden sizlerle. Dergimizde yer alan birinci çalışma, "Haber Dili ve Toplumsal Cinsiyet Eşitliği: Haberlerde Kadın Temsili" başlığıyla Şebnem Özdemir ve Dilara Nergishan Koçer'e ait. Yazarlar çalışmalarında, GMMP raporunda yer alan ve Cinsiyet Farklılığı İzleyici (Gender Gap Tracker) aracı ile sunulan veriler ve bulguları inceliyor ve analiz ettikleri neredeyse tüm haberlerde erkek temsiline baskın olduğunu vurguluyor.

Dergimizin ikinci yazısında, mizojini kavramı şarkılar üzerinden tartışılıyor ve şarkılarda kadına yönelik şiddetin farklı biçimlerinin hakaretler, değersizleştirme, olaylardan sorumlu olma, paragöz olma gibi ithamlar şeklinde görünür olduğunu ifade ediliyor. "Zamane Kızları: Şarkılarda Mizojinin İzlerini Sürmek" başlıklı bu çalışmada Muharrem Derin, seçtiği üç şarkı ile mizojinist öğelerin varlığını araştırıyor ve söz konusu şarkıların hangi söylemlerle kadına yönelik olumsuz çağrışımlarda bulunduğunu öne çıkarıyor.

"Barbie ve Günümüzde Tüketim Kültürüne Etkisi" başlıklı yazısında Handan Sabriye Yaman, Barbie filmini Frankfurt Okulu odağında tartışıyor ve filmin öncesinden sonrasına tüketim kültürüne olan etkisini nasıl dönüştürdüğüne derin bir bakış sunuyor. Yazar, kitle toplumunun yönlendirilmesine etki eden tüketim kültürünün nasıl ve neye göre şekillendiği üzerinde duruyor.

Dördüncü yazımız, Merve Kaşkaya ve Yusuf Yücel'e ait "Baba-Kız İlişkisinin Animasyon Filmlerindeki Sunumu". Yazarlar çalışmalarında, IMDb puanını referans alarak seçtikleri Raya ve Son Ejderha ile Ailem Robotlara Karşı adlı animasyon filmlerini betimsel analize tabii tutuyor ve baba ile kızları arasındaki ilişkinin sevgi, koruma/endişe, gurur duyma/takdir etme ve arkadaşlık başlıkları altında birleştiği sonucunu elde ediyor.

"Göç ve Sosyal Hizmet: Zorunlu Göç Yaşayan Çocuklar ve Travmatik Deneyimleri" başlıklı derleme çalışmasıyla Abdurrahim Doğan, sayımızın son çalışmasını sunuyor. Yazar, göç sürecine dâhil olan çocukların karşılaştıkları problemlere çözüm önerileri sunarak, alanda yapılacak olan bilimsel ve sosyal çalışmalara katkı sağlamayı amaçlıyor.

Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi'nin 2025 yılına ait ilk sayısı, sizlerin değerli katılımlarıyla, Sosyal Bilimler alanındaki akademik çalışmaları yayınlamaya devam ediyor. Bilimsel veri tabanına sağladığınız katkıyla, gelecek sayılarımızın oluşumunda da desteklerinizi beklediğimizi hatırlatmak istiyoruz. Bir sonraki sayımızda güncel akademik paylaşımlarınızla yeniden buluşmak ümidiyle, keyifli okumalar dileriz...

Dr. Öğr. Üyesi Pelin ÜGÜMÜ AKTAŞ
Dr. Öğr. Üyesi Çiçek TOPÇU YÜCEL



ANTALYA
BELEK
ÜNİVERSİTESİ

HABER DİLİ VE TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİ: HABERLERDE KADIN TEMSİLİ

Şebnem ÖZDEMİR¹
Dilara Nergishan KOÇER²

Gönderilme Tarihi / Submission Date: 10.02.2025 - Kabul Tarihi / Acceptance Date: 24.03.2025

DOI: 10.55055/mekcad.1637216

Özdemir, Ş. & Koçer, D. N. (2025). Haber dili ve toplumsal cinsiyet eşitliği: Haberlerde kadın temsili. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi* 7 (1), 7-28. <https://doi.org/10.55055/mekcad.1637216>

ÖZ

Kadınlar dünya genelinde haberlerde erkeklere oranla genellikle daha az yer almaktadır. Bu durum, toplumsal cinsiyet eşitliği açısından önemli bir sorun teşkil etmektedir. Küresel Medya İzleme Projesi'nin (GMMP) 2020 raporu, haber kaynaklarının ve konularının yalnızca % 24'ünü kadınların oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Bu istatistik, medyada kadınların görünürlüğünün ne kadar sınırlı olduğunu açıkça göstermektedir. Dahası, kadınlar haberlerde yer aldıklarında bile, kullanılan dil ve haberlerin ele alınış biçimi sıklıkla sorunlu olabilmektedir. Kadınlarla ilgili haberlerde sansasyonel ifadeler, dikkat çekici başlıklar ve cinsiyet önyargılarını pekiştirici söylemler kullanılmakta, bu da toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yeniden üretilmesine olumsuz katkıda bulunmaktadır. Medyanın toplumsal normları oluşturmadaki rolü dikkate alındığında, bu sorun daha da önem kazanmaktadır. Özellikle haber medyası, yalnızca bilgi sağlamakla kalmaz, aynı zamanda toplumsal değerlerin yeniden inşasında da güçlü bir aktör olarak işlev görür. Kadınların haberlere nasıl yansıtıldığı, onların toplumsal rollerini, haklarını ve kamusal alandaki algılarını derinden şekillendirme gücüne sahiptir. Bu nedenle, kadınların medya temsillerindeki sorunların tespit edilmesi ve çözüm önerilerinin geliştirilmesi, toplumsal cinsiyet eşitliği açısından kritik bir öneme sahiptir.

Bu çalışmada, GMMP raporunda yer alan ve Cinsiyet Farklılığı İzleyici (Gender Gap Tracker) aracı ile sunulan veriler ve bulgular incelenmiştir. Çalışmanın ana hedefi, kadınların medyadaki temsiline dair durumu analiz etmeyi ve bu bağlamda mevcut bulguları ortaya koymaktır. Çalışma kapsamında Türk medyasından da 37 haberin cinsiyet temsil analizi yapılmış ve bu analiz Türk medyasından örnek bir kesit olarak sunulmuştur. Sadece bir haber haricinde analiz edilen tüm haberlerde erkek temsili baskın olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Medya, Habercilik, Cinsiyet Eşitliği.

¹ Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, sebnemozdemir@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0421-0833

² Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, dilarankocer@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4862-9698

NEWS LANGUAGE AND GENDER EQUALITY: WOMEN REPRESENTATION IN NEWS

ABSTRACT

Women are generally less visible in the news than men around the world. This is a significant problem for gender equality. The Global Media Monitoring Project's (GMMP) 2020 report found that women make up only 24% of news sources and topics. This statistic clearly shows the limited visibility of women in the media. Moreover, even when women are in the news, the language used and the way the news is presented can often be problematic. News about women tends to use sensational language, attention-grabbing headlines, and discourses that reinforce gender bias, which contribute negatively to the reproduction of gender inequality. This issue becomes even more important when considering the role of the media in creating social norms. The news media, in particular, not only provide information, but also function as powerful actors in the reconstruction of social values. How women are reflected in the news has the power to profoundly shape their social roles, rights, and perceptions in the public sphere. Identifying problems in the media's portrayal of women and developing solutions is therefore crucial for gender equality.

This study examines the data and findings contained in the GMMP report and presented through the Gender Gap Tracker tool. The main objective of the study is to analyse the situation regarding the representation of women in the media and to present current findings in this context. Within the framework of the study, the gender representation of 37 news items from the Turkish media was analysed and presented as a sample of the Turkish media. It was found that male representation was dominant in all but one of the news items analysed.

Keywords: Media, Journalism, Gender Equality.

GİRİŞ

Toplumsal cinsiyet eşitliği, toplumların en önemli insan hakları meselelerinden biridir. Bu yüzdendir ki Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarının beşinci maddesi "Toplumsal Cinsiyet Eşitliği" olarak belirlenmiş ve 2030'a kadar "toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamak ve tüm kadınlar ile kız çocuklarını güçlendirmek" (SDG Map, 2024) hedeflenmiştir. Kadınların ve erkeklerin her alanda eşit fırsatlara, demokratik haklara ve temsile sahip olması, sürdürülebilir kalkınma ve toplumsal adalet için elzemdir. Ancak toplumsal cinsiyet eşitliği, yalnızca yasal düzenlemeler ve kamu politikaları ile sağlanamaz. Toplumsal cinsiyet eşitliğine ulaşmak sosyal, ekonomik ve kültürel değişimi, toplumsal norm ve kültürel algıların dönüşümünü gerektirir. Bu bağlamda, medya ve haber içerikleri, toplumsal algı üzerindeki etkileriyle, cinsiyet eşitliğini destekleme veya baltalama konusunda merkezi bir role sahiptir.

Medyanın en temel işlevlerinden ikisi haber/bilgi verme ve toplumsallaştırma işlevleridir (Unesco Türkiye Milli Komitesi, 1993: 15). Özellikle haber medyası, hem bilgi sağlama hem de toplumsal değerlerin yeniden üretiminde güçlü bir aktör olarak işlev görür. Kadınların haberlerde nasıl temsil edildiği, onların toplumsal rollerini, haklarını ve kamusal

algılarını doğrudan etkiler. Cinsiyetçi bir haber dili, yalnızca kadınları değil, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarının beşinci maddesi, toplumsal cinsiyet eşitliği hedefine yönelik genel çabaları ve ilerlemeyi de baltalar.

Küresel Medya İzleme Projesi (Global Media Monitoring Project-GMMP) raporları, kadınların haberlerde genellikle az temsil edildiğini ve temsil edildiklerinde bile cinsiyetçi bir bakış açısıyla ele alındıklarını göstermektedir (WACC, 2024). GMMP'nin 2020 raporuna göre, dünya genelinde haberlerde yer alan uzman seslerin % 24'ü kadınlardan oluşmaktadır ve beş yıl önce %19 olan bu oran –hala yeterli olmasa da – önemli bir artışa işaret etmektedir (GMMP Global Network, 2020). Bu, kadınların sesinin erkeklere oranla önemli ölçüde daha az duyulduğunu gösteren önemli bir göstergedir. Dahası, haberlerde yer alan kadınlar, genellikle ya fiziksel özellikleri ya da geleneksel toplumsal rollerle (örneğin anne, eş, mağdur) tanımlanmaktadır. Haber başlıklarında kullanılan cinsiyetçi ifadeler, bireylerin ve grupların algılanış biçimini doğrudan etkiler. Örneğin, bir kadının mesleki başarısı yerine fiziksel görünümüne odaklanan bir haber başlığı, toplumsal düzeyde kadınların değerinin nasıl görüldüğüne dair olumsuz bir mesaj verebilir. Örneğin, "Kadın kongre üyesi" veya "güzel avukat" gibi ifadeler, kadınların yalnızca mesleki veya toplumsal rollerine değil, aynı zamanda fiziksel görünüşlerine ve cinsiyetlerine odaklanarak, haberlerin nesnelliğini ve toplumsal cinsiyet eşitliğini tehdit etmektedir. Benzer şekilde, kadınlarla ilgili haberlerde kullanılan "duygusal", "zayıf" hatta "çiçek", "narın", "kırılgan" gibi sıfatlar, toplumsal cinsiyet stereotiplerini güçlendirerek kadınların karar alma mekanizmalarındaki yerlerini zayıflatabilir.

Bu çalışmanın önemi, cinsiyet eşitliğinin medya üzerinden nasıl şekillendiğini ortaya koymak ve bu bağlamda dil kullanımındaki önyargıları açığa çıkarmaktır. Medyanın toplumsal normları değiştirme potansiyeline sahip olduğu gerçeği göz önünde bulundurulduğunda, bu çalışma, haber medyasının toplumsal cinsiyet eşitliğini destekleme konusundaki rolünü daha iyi anlamaya katkı sağlayacaktır.

Çalışmanın amacı, haber dilinin toplumsal cinsiyet eşitliği açısından incelenmesi ve bu dilin kadınların temsiliinde nasıl kullanıldığını değerlendirmektir. Bu anlamda çalışma, haber içeriklerin cinsiyetçi ifadelerin ve önyargıların nasıl yer aldığını ortaya koyarak, bu durumun toplumdaki kadın algısını nasıl etkilediğini ortaya koyacaktır. Medyanın toplumsal normları değiştirme potansiyeline sahip olduğu gerçeği göz önünde bulundurulduğunda, bu çalışma, haber medyasının toplumsal cinsiyet eşitliğini destekleme konusundaki rolünü daha iyi anlamaya katkı sağlayacaktır. Çalışmada önce haber, toplumsal cinsiyet ve medyada kadın temsili olguları kuramsal bir çerçeveye içinde kısaca ele alınmıştır Daha sonra, küresel istatistikler ve araştırmalar üzerinden medyada kadın temsili ile ilgili somut veriler incelenmiştir. Çalışma kapsamında İngilizce yayın yapan Türk haber medyasından da 37 haberin cinsiyet temsil analizi yapılmış ve bu analiz Türk medyasından örnek bir kesit olarak ortaya konulmuştur. Son olarak, medyada toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin engellenmesine yönelik fikirler ve gelecek çalışmalar için öneriler sunulmuştur.

Medya ve Toplumsal Cinsiyet

Toplumsal cinsiyet, biyolojik temelli olan 'cinsiyet'in toplumsal olarak inşa edilmesini ifade eden bir kavramdır. Medya ise sosyal ve kültürel bir araç olarak toplumun inşasında çok geniş bir etkiye ve büyük bir güce sahiptir.

Toplumsal cinsiyet ve kadın temsili üzerine araştırmalar 1970'lerle birlikte ortaya çıkmıştır. Feminist çalışmalar ve iletişim kuramlarının harmanlandığı bu çalışmalar büyük oranda benzer sonuçlar ortaya koymuştur: Kadınların medyada temsil oranı son derece düşüktür (Şener, Çavuşoğlu ve Irlı, 2022: 169). Toplumsal cinsiyet konusundaki en önemli isimlerden biri olan Connell (1998: 323) bundan neredeyse 40 yıl önce haber başlıklarının 'çok küçük bir yüzdesinin' kadınlarla ilgili olduğuna dikkat çekmiştir. Bu durum geçen zaman içinde çok da büyük bir değişim göstermemiştir. Medyada haberde kadın/kadınlık temsili ilgili pek çok çalışma, haberde kadın temsili çok düşük olduğunu ortaya koymaktadır. van Zoonen'in 1988 yılında yaptığı çalışma Hollanda medyasında, yazılı ve görsel basında haber üretiminde ve haber içeriğinde kadın temsil düzeyini incelemiş ve kadınların Hollanda medyasında düşük oranda/yetersiz temsil edildiklerini ortaya koymuştur. Ross ve Carter (2011) Birleşik Krallık ve İrlanda'da toplam 19 gazete, 10 televizyon ve 16 radyo haberlerini kadın temsili açısından incelemiştir. Haberlerdeki haber aktörleri, kaynak ve gazeteciler olarak incelenen çalışmada kadın temsili üçte bir oranında olduğu tespit edilmiştir. Dündar da 2011 yılında yaptığı çalışmada dört ulusal televizyon kanalını beş gün süreyle, kadın temsili açısından incelemiştir. Çalışma, kadınların haberlerde en yüksek oranda eş ve anne rolüyle yer aldığını, şiddet, kaza, magazin ve sağlık haberlerine konu olduğunu ve danışılan olarak yok denecek (%1.8) oranda temsil edildiğini ortaya koymuştur. Akyol (2014) üç ulusal kanaldaki ana haber bültenlerinde kadının sunumunu incelediği çalışmada haberlerde kadın temsili erkeklerle oranla büyük oranda kadın aleyhine eşitsiz olduğu ortaya koymuştur. Çalışmada sadece haber spikeri olarak kadınların üstünlük gösterdikleri saptanmıştır. Murtiningsih ve diğerleri (2017) Endonezya çevrim içi haberleri üzerine yaptığı çalışmada kadının temsil düzeyinin düşük olduğunu ve ataerkil değerler tarafından domine edildiğini ortaya koymuştur. Vandenberghe (2019) Belçika'da yayınlanan iki gazetenin kadın temsili açısından zamansal karşılaştırmasını yapmıştır. 2005 ve 2015 yıllardaki sayıların incelendiği çalışma medyada kadın temsil oranında bir artış olmadığını ve gazetelerden birinde bu oranın düştüğünü tespit etmiştir.

Söğüt (2019) üç büyük ulusal gazete olarak Milliyet, Sabah ve Hürriyet gazetelerinin internet sayfalarını toplumsal cinsiyetin sunumu açısından incelemiştir. Çalışma internet gazetelerinde kadınların en çok magazin malzemesi olarak ve 25-30 yaş aralığında temsil edildiğini ortaya koymuştur. Acar ve diğerleri (2023) yazılı basında 3. Sayfa haberlerde kadın temsili incelemiştir. Hürriyet, Sözcü ve Yeni Şafak gazetelerinin 2018-2019 yıllarına ait sayıların incelendiği çalışma kadınların çok yüksek oranda suç ve şiddet olayları içinde ve mağdur olarak temsil edildiklerini göstermiştir.

Medya, kadın haberlerini genellikle olumsuz olaylar üzerinden sunarak, toplumda kadın ve şiddet olgusunun birlikte algılanmasına neden olmaktadır (Uçak, 2020). Uçak, söylem analizi yöntemiyle yapılan araştırmasında, kadınların mağdur, zayıf ve edilgen olarak temsil edildiğini ortaya koymaktadır. Eşik bekçileri, haber seçiminde kadınları olumsuz olaylarla ilişkilendirmekte, bu da kadın kimliğinin olumsuz algılanmasına yol açmaktadır (2020). Özmen ve Vural (2023) da medyada kadın temsillerini yaratanların kadın algısını

ve kadınların medya kurumlarındaki temsillerini incelemiştir. Çalışmaya göre medya, cinsiyet eşitsizliğini yaratmada ve güçlendirmede önemli bir rol oynamakta, kadınlar, medya çalışanları olarak genellikle ikincil pozisyonlarda kalmakta ve yükselme zorluğu yaşamaktadır. Çalışmada, medya profesyonelleriyle derinlemesine görüşmeler yapılmış, kadınların günlük radyo, televizyon ve yazılı basında nasıl yer buldukları ve medyada hangi rolleri üstlendikleri araştırılmış ve araştırma sonucunda kadınların medyada çoğunlukla stereotipik ve ikincil rollerle temsil edildiğini gösterilmiştir (Özmen & Vural, 2023).

Kadir Has Üniversitesi bünyesinde yürütülen "Türkiye Ekranlarında ve Kamera Arkasında Kadın: Temsilin ve İş Gücünün Güncel (2017-2021) Görüntüsü" araştırması da çarpıcı sonuçlar ortaya koymaktadır (Akçalı, ve diğerleri, 2023). Türkiye'deki sinema ve televizyon sektöründe kadınların temsili ve iş gücünü inceleme amacı taşıyan araştırmada beş yılda üretilmiş eserler üzerinde sektör profesyonelleri ile mülakatlar yapılmıştır. 600 film, 253 ulusal kanal dizisi, 60 dijital platform dizisi incelenmiş ve sinema ve televizyon sektöründeki dağılım şu şekilde ortaya konmuştur:

Fimler;

- Kadın Yönetmenler: 649 yönetmenden sadece 52'si kadın (%8).
- Kadın Yapımcılar: 487 filmde 130'unun yapımcısı kadın (%27).
- Kadın Senaristler: 827 senaristten 122'si kadın (%15).

Diziler;

- Kadın Yönetmenler: 312 diziden 93'ünün yönetmeni kadın (%30).
- Kadın Yapımcılar: 299 diziden 94'ünün yapımcısı kadın (%31).
- Kadın Senaristler: 1334 senaristten 664'ü kadın (%50).

Aynı rapora göre kadınların en çok yer aldığı pozisyonlar kast direktörlüğü ve sanat yönetmenliği, kadınların en az yer aldığı pozisyonlar ise kamera/ışık ve ses departmanları olarak bulunmuştur.

Akademik yayınlar dışında medyada kadın temsili odaklı en kapsamlı çalışmalardan biri Türkiye Medyasında Kadınların Temsili: Gazete Ve İnternet Haberciliği Raporu'dur. 2015 yılında Hrant Dink Vakfı tarafından yayınlanan bu rapor, Türkiye mediasında kadınların temsili üzerine yapılan bir araştırmayı özetlemektedir ve çalışmada, kadınların gazete ve internet haberlerinde nasıl temsil edildiği incelenmiştir. Kadınların fail veya mağdur olarak konu edildiği haberlerde toplumsal cinsiyet kodları ve normları analiz edilmiştir. Kadınların "canavar", "makbul" ve "mağdur" olarak nasıl temsil edildiği, etnik ve dini kimliklerin cinsiyetçilikle kesişimi ve ayrımcılığın medyada cinsiyetçilikle birleşimi tartışılmıştır. Sonuç olarak, medyada toplumsal cinsiyet ayrımcılığının izlenmesi ve raporlanması için yeni yöntemler ve kategoriler önerilmiştir (Hrant Dink Vakfı, 2016).

Türkiye Büyük Millet Meclisi Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu tarafından çıkarılan Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinde Medyanın Rolü konulu komisyon raporu da çarpıcı gerçekler ortaya koymaktadır. Medyanın toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlama konusundaki potansiyelini ve bu alanda yapılması gerekenleri detaylı bir şekilde ele alan rapora göre;

- Medya, toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamak için kritik bir rol oynamaktadır.
- Kadınların medyada temsili genellikle klişeleşmiş ve cinsiyetçidir.
- Türkiye'de ve uluslararası alanda medya ve toplumsal cinsiyet eşitliği ile ilgili çeşitli düzenlemeler mevcuttur.

- RTÜK, Basın Kanunu, ve diğer yasal düzenlemeler medya içeriklerini denetler.
- Medya profesyonellerine yönelik etik eğitimler ve yerel medya eğitimleri önerilmektedir.
- Medya okuryazarlığı derslerinin toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlı hale getirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır.
- Medyada kadınların temsili ve medya çalışanlarının durumu hakkında düzenli araştırmalar yapılmalıdır.
- Medya izleme merkezleri kurulmalı ve sivil toplum kuruluşları ile işbirliği yapılmalıdır.
- Medya kuruluşlarının kendi iç denetim mekanizmalarını oluşturması ve etik ilkeler doğrultusunda hareket etmesi önerilmektedir.
- Kadın konusuna duyarlı dizilerin desteklenmesi ve iyi örneklerin ödüllendirilmesi gerektiği belirtilmektedir.
- TRT'nin toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlı hale getirilmesi ve eşitlik konseyinin kurulması önerilmektedir (Türkiye Büyük Millet Meclisi, Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu, 2012).

Türkiye’de işitsel ve görsel yayıncılığa ilişkin mevzuat olan 6112 sayılı “Radyo Ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun”da cinsiyet ayrımcılığı 4 farklı noktada vurgulanmıştır (Madde 8-b, e ve s ve Madde 9-b) (Radyo Ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, 2011). Ayrıca kadının medyadaki temsili ile ilgili Aile Bakanlığı, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) gibi kamu kurumları da çalışmalar yapmaktadır. Bu çalışmalara en güncel örneklerden biri Şubat 2025’te RTÜK ve Turizm Bakanlığı işbirliği ile yapılan “Medyada Kadının Temsili Uluslararası Çalıştayı”dır. Çalıştay, medyanın kadına yönelik şiddetle mücadeledeki rolünü ve kadının medyada temsili ele alarak, bu konuda farkındalık yaratmayı ve çözüm önerileri sunmayı amaçlamıştır (Radyo Televizyon Üst Kurulu, 2025). Çalıştayda kadının mağdur, vazgeçilmiş, aldatılmış değil, güçlü, bağımsız ve başarılı bireyler olarak yer alması gerekliliği vurgulanmış, eşitsizliğe karşı sadece devlet politikalarının değil medyanın da önemli bir rol üstlendiği vurgusu yapılmıştır.

Haber Dili ve Haberde Kadın Temsili

Haber, izler kitle için önemli olduğu düşünülen olayların kitle iletişim araçlarında belirli bir formatla rapor edilmesiyle ortaya çıkan (Chandler & Munday, 2018: 175) bilgi iletme operasyonudur (İnceoğlu & Çoban, 2016: 13). Kitle iletişim araçları/medya ve onlar aracılığıyla yayılan haberin kaynağının kim olduğunu bilmek haberi doğru anlamak açısından önemlidir. Kitle iletişim araçları/medya iktidarı temsil etmektedir ve onun bilgisini yaymaktadır. İktidarın ideolojisi bu araçlar üzerinden haber yoluyla tüm topluma yayılmakta ve ‘toplumsal hegemonya sağlanmaktadır’ (İnceoğlu & Çoban, 2016: 20).

Tüm dünyada medya, haberi değil, yeniden inşa edip ürettikleri haberi, ulusal ve uluslararası ortamda yaymaktadır. Bu araçlardan uzak kalmak ya da etkilenmemek de mümkün değildir. Çünkü ‘Dünyada cereyan eden olayların çoğu hakkında bilgi edinimi ve kanaat oluşumu büyük ölçüde milyonlarca kimsenin paylaştığı basın ve televizyondaki haber söylemine dayanır.’ (van Dijk, 1994: 306). Dolayısıyla, insanlar dünyayı algılamak ve anlamak için giderek daha fazla medyaya yaslanmak zorundadır. Bu açıdan medyanın aktardığı haber ve görüntüler gerçeğin ‘insanların zihnindeki yansımalarını yönlendirilmesinde’ büyük öneme sahiptir (Uzun, 2002:13)

Haber, sadece olay yerinde haberi araştıran muhabirin bir ürünü değil, pek çok kişinin, işbölümüyle ortaya çıkardığı, 'bilinç endüstrisinin endüstriyel bir ürünüdür' (Oskay, 2015: 52-53). Dolayısıyla, gerçek dünyanın aslını değil, kendi kişiliğine (gazetenin kimliğine/yayın politikasına) göre yeniden inşa ettiği gerçeği sunar. 'Kurumsallaşmış kişilik' olarak bir kitle iletişim aracı, örneğin bir gazete, haberi/bilgiyi/enformasyonu toplar, değerlendirir, işler, yani yeniden inşa eder ve öyle yayımlar. Arslan'a (2004) göre haber söyleminin kuruluşunda etkili olan başlıca faktörlerden bazıları şunlardır:

- Haber söyleminde kaynaklar çoğunlukla politik, ekonomik ve bürokratik iktidar seçkinlerinden oluşur.
- Haber söyleminde en genel, ortak noktalar, neo-liberal bakış açısı ve ataerkil değer yargılarının egemenliğidir.

Bu bakış açısına göre de 'Kurulu düzenin toplumsal ilişkileri meşrulaştırılır.' (2015: 30).

Toplumsal cinsiyet konusunda çalışan en önemli isimlerden biri olan Connell (1998: 332-335) toplumsal cinsiyet dinamikleri ile entelektüel yapıtların niteliğinin etkisi arasındaki ilişkiye dikkat çekmektedir. Buna göre, cinsel ideolojinin kuruluşunda etkili/belirleyici olan aktörler, politikacılar, din adamları, psikiyatristler, akademisyenler, tasarımcılar ve gazeteciler, reklamcılar, yazarlar/romancılar, film yapımcıları, aktörler/aktrisler, müzisyenlerdir. Dolayısıyla, toplumsal cinsiyet düzeniyle ilgili olarak, bu aktörlerin, toplumsal cinsiyet rejiminin 'düzenlenmesi ve yönetilmesi' ile toplumsal cinsiyet rolleri ve aralarındaki ilişkilerde bunlara ait 'deneyim, fantezi ve perspektif' özelliklerini oluşturması ve yayması söz konusudur. Bu noktada kullanılan dilin rolü de büyük önem taşımaktadır.

Haber dili ve toplumsal cinsiyet ilişkisi açısından örneklendiğinde, kadın cinayetleri haberlerinin haber dili ile nasıl kasıtlı anlam yüklemelerine yol açacağı ve algının yönlendirilebileceği açıkça görünür. Örneğin bir cinayet haberinde, (kadının) 'kapıyı yarı çıplak açması', (erkeğin) 'sinirlerine hâkim olamadığı' ifadeleri, Arslan'ın da belirttiği gibi, ataerkil zihniyet açısından doğallaştırıcı ve meşrulaştırıcıdır. 2004: 40). Genel olarak (Çelenk (2010) medyada kadın temsili yıllar içinde oransal artış gösterse de bu temsildeki cinsiyetçilik hep devam etmiş ve etmektedir (Çelenk, 2010:231). 'Kadın bedenini nesneleştiren görsel sunumlar', bazen de kadınların sadece bedenlerini teşhir etmek için üretilmiş haber metinleri sözkonusudur (Çelenk, 235) Kadınların televizyonda görünürlüğüne bakıldığında çoğunlukla 'fikir sahibi, özerk ve kamusal bir kimlik gerçekleştirmiş kadın-bireyleri dışlayan' bir temsil sözkonusudur. (Çelenk, 235). Haberlerin içeriğinde de cinsiyet farklılıkları göze çarpmaktadır. Rao ve Taboada (2021), yaşam tarzı, sağlık hizmetleri, suç ve cinsel saldırı ile ilgili konularda kadınların daha sık alıntılındığı ortaya koymuştur.

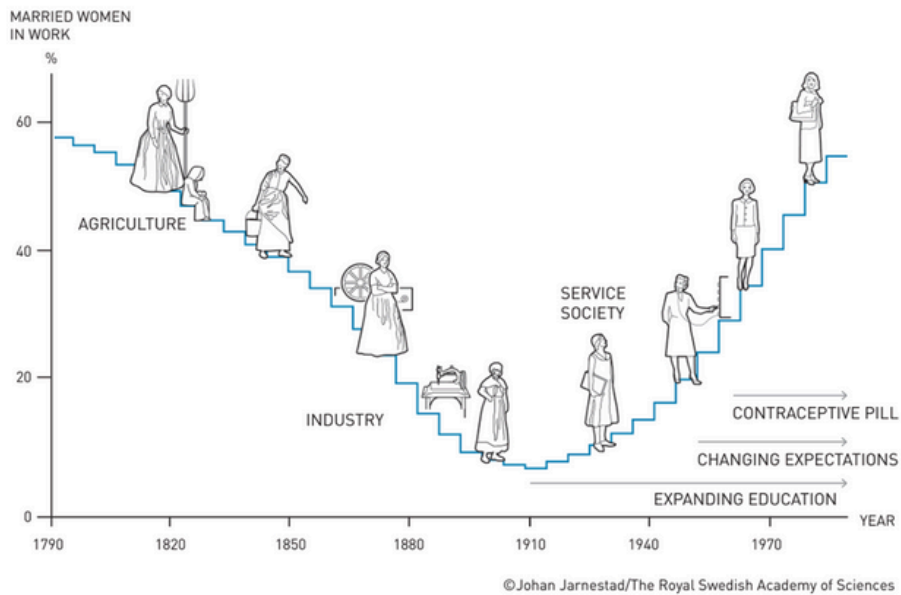
Medyada kullanılan dilin açıkça cinsiyetçi olmasının yanı sıra, 'örtük söylem' de söz konusu olabilmektedir. Bu da haberdeki cinsiyetçi tutumu algılamayı zorlaştırmaktadır. Örneğin, kadınların fazla haberleştirilmediği ekonomi alanında, başarılı bir/birkaç kadın hakkında sık sık haber yapılması bir gelişme gibi algılanabilmektedir. Oysa tek/az sayıdaki örneğin sıklığı yanıltıcı şekilde bir iyileşme izlenimi yaratır (Alankuş, 2012: 162).

Geçmişten Günümüze Kadın(lık) Temsili ve Algısı

Kadın(lık) tanımı tarih boyunca toplumsal, çevresel, kültürel ve siyasi dinamiklerin etkisi altında şekillenmiştir. Kadınlık – en uzun süreyle- patriyarkal yapıların etkisi altında şekillenmiştir. Tarihin erken dönemlerinde, yerleşik hayata geçişle birlikte kadınların, tarım üretiminde oynadıkları rol dolayısıyla bir süre güç sahibi oldukları bilinmektedir ancak bu dönemin insanlık tarihi içinde görece kısa sürdüğü görülür. Antik dönemde kadınlar ev içi rollerle sınırlı kalmış ve toplumsal yaşamda belirgin bir yer edinmemiştir. Orta Çağ'da ise dinî otoritelerin kadın üzerindeki baskısı daha da artmıştır. Ataerkil ideoloji kadını annelik ve eş rolleri ile tarih boyunca çerçevlenmiştir. Kadınların eğitim ve demokratik hakları ancak 18 yüzyılda Aydınlanma düşüncesi ile birlikte gündeme gelmiş ve zaman içinde toplumsal cinsiyet eşitliğine evrilmiştir.

Bin yıllar süren toplumsal cinsiyet eşitsizliği üzerine hala çalışmak gerektiği bir gerçektir. 2023 Nobel Ekonomi Ödülü'nü Harvard Üniversitesi'nde bu alanda çalışmalar yapan ekonomist Claudia Goldin kazanmıştır. Claudia Goldin, yüzyıllar boyunca kadınların işgücü piyasasına katılımları hakkında kapsamlı bir analiz sunan ilk araştırmacıdır (Nobel Prize, 2023). Goldin'in alımları, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin temel kaynaklarını geçmişten günümüze ortaya koymaktadır.

Dünya genelinde kadınlar erkeklerden daha az kazanmakta, aynı işi yapan erkek ve kadın karşılaştırıldığında erkeklerin kazandığı her 1 dolar için kadınlar 82 sent kazanmaktadır (Kochhar, 2023). Claudia Goldin, ABD'den 200 yılı aşkın süreye ait verileri arşivlerden derleyerek, cinsiyetler arasındaki gelir ve istihdam oranlarındaki farklılıkların zaman içinde nasıl ve neden değiştiğini göstermiştir (Nobel Prize, 2023). Goldin, kadınların işgücüne katılımının tüm bu süre boyunca sürekli bir artış trendi göstermediğini, aksine U şeklinde bir eğri oluşturduğunu ortaya koymuştur. Goldin'in araştırmalarına göre kadınların işgücüne katılımı, 19. yüzyılın başlarında tarım toplumundan sanayi toplumuna geçişle azalmış; ancak 20. yüzyılın başlarında hizmet sektörünün büyümesiyle tekrar artmaya başlamıştır. Goldin, bu modeli, yapısal değişimler ve kadınların ev ve aile sorumlulukları konusundaki toplumsal normların evrimi ile açıklamıştır.



Şekil 1. Geçmişten Günümüze Kadının Toplumsal Hayattaki Yeri (Nobel Prize, 2023)

Goldin, eğitim seviyesinin artmasının, beklentilerin değişmesinin ve doğum kontrol hapına erişimin, bu devrimsel değişimi hızlandırmada önemli bir rol oynadığını göstermiştir.

Günümüzde toplumsal cinsiyet algısı, geçmişe göre daha fazla sorgulanmakta ve dile getirilmektedir. Kadın-erkek eşitliği, yalnızca işgücü piyasasında değil, günlük yaşamın her alanında önemli bir toplumsal konu olarak ele alınmaktadır. Ancak toplumsal normlar ve kalıplaşmış yargılar hâlâ birçok alanda kadınların rollerini ve toplumdaki kadın algısını sınırlandırmaya devam etmektedir. Medya, bu normların şekillenmesinde ve yeniden üretilmesinde güçlü bir araç olarak kritik bir rol oynamaktadır.

Haber Medyasının Normatif Gücü

Medya, toplumların temel bilgi kaynağı olarak, toplumsal normların oluşturulmasında ve sürdürülmesinde merkezi bir role sahiptir. Haber medyası, özellikle bilgilendirme ve yönlendirme işlevleriyle, bireylerin dünyayı algılama biçimlerini şekillendirirken, aynı zamanda toplumsal normların yeniden üretimine de katkıda bulunur. Bu bağlamda, toplumsal cinsiyet normlarının medya içerikleri üzerinden nasıl şekillendiği, tartışılması gereken önemli bir konudur. Haber medyası, toplumsal cinsiyet eşitliğini ya teşvik eden ya da zayıflatan bir güç olarak işlev görme potansiyeline sahiptir. Cinsiyetçi dil, söylem ve temsil biçimleri, kadınların ve erkeklerin toplumdaki yerlerine dair mevcut önyargıları pekiştirme veya dönüştürme potansiyeline sahiptir. Kadınların haberlerde nasıl temsil edildiği, sıklıkla fiziksel görünüşleri veya geleneksel rolleriyle sınırlandırılırken, erkekler genellikle başarıları ve liderlik rolleriyle öne çıkarılır. Hatta sadece haberlerde değil dizilerde, reklamlarda ve diğer medya içeriklerinde de kadınların sıklıkla belirli stereotiplerde (örneğin çamaşırların beyaz olmasından başka bir derdi olmayan bir kadının betimlendiği deterjan reklamı, zengin bir aileye gelin giden (!) fakir ama güzel genç kadın, şirket toplantılarına eşlik eden mini etekli, seksi genç kız gibi) yer aldığı görülebilir. Bu dengesizlik, özellikle bilinçsiz ve eğitimsiz bireylerin toplumsal cinsiyet eşitliği algısını belirlemede önemli rol oynar.

Türkçeye Fransızca'dan geçmiş olan norm kelimesi "yargılama ve değerlendirmenin kendisine göre yapıldığı ölçüt, uyulması gereken kural; düzgü" ve "önceden belirlenmiş kalıp" olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2024). Bu tanımdan hareketle, normatif güç, bir kişi ya da kurumun belli normları yayma ve diğer kişi ve kurumları etkileme gücü olarak açıklanabilir. Haber medyası, bireylerin günlük yaşamlarına ve toplumsal değerlerine dair anlayışlarını şekillendiren bir araç olarak, hem bireysel hem de toplumsal düzeyde güçlü bir normatif etkide bulunur. Bu bağlamda, medya yalnızca olayları aktaran bir platform değildir. Medya aynı zamanda bu olaylara dair algıların oluştuğu bir alandır.

Haber medyası, belirli grupların (kadın, erkek, çocuk, yaşlı, emekli, öğretmeni doktor, polis vb.) toplumsal rolleri ve statüleri hakkında normatif değerler aktarma gücüne sahiptir. Örneğin, kadınların haberlerde genellikle kurban, anne, seksi kadın veya evde bekleyen eş rolleriyle sınırlı bir şekilde yer alması, onların toplumdaki rollerine dair belirli kalıp yargıları yeniden üretir. Türk dizilerinde kadın hala, çoğunlukla, geleneksel rollerle temsil edilmektedir (Şener, Çavuşoğlu ve Irlık, 2022: 169-172). Saktanber'in (1995) Türkiye'de medyada kadın temsili üzerine yaptığı çalışma ise genel olarak kadınların medyada serbest, müsait kadın veya iyi eş, fedakar anne olarak temsil edildiklerini ortaya koymuştur (1995). Kadın genel olarak, edilgen, mağdur, korunmaya muhtaç, entrikacı ve

kötü olarak sunulur. "Nazik hanımlar", "saygıdeğer ev hanımları", "kutsal anneler" gibi tanımlamalar yapılır (1995: 216). Aynı şekilde, erkeklerin lider, güçlü, kaslı, akıllı veya başarılı figürler olarak sürekli vurgulanması, toplumsal cinsiyet eşitliğini olumsuz yönde etkileyebilir. Haberlerde kadınların cinsiyetçi kalıp yargılarla tanımlandığı yapılan araştırmalarla ortaya konulmaktadır (Çağlar, 2014; Erzurum, 2014). Bu şekilde cinsiyetçi normlar, haber medyasının bu tür dil kullanımı yoluyla daha da güçlenebilir. Haber başlıklarında "kadın öğretmen", "güzel kadın CEO" veya "genç anne" gibi ifadeler, bireylerin mesleki veya toplumsal rollerine ek olarak cinsiyetlerini de ön plana çıkarır. Bu durum, toplumsal algılarda iki temel etki yaratır. Bu ifadeler kadınların duygusal veya fiziksel özellikleriyle cinsiyet stereotiplerinin oluşmasına ve pekişmesine yol açabilir. Buna ek olarak kadınlar genellikle haber içeriklerinde daha az yer alırken, yer aldıklarında bile mesleki başarıları yerine fiziksel görünüşleri veya özel yaşamları vurgulanır ve bu da temsil eksikliği anlamına gelir.

Kadınların haberlerdeki temsili, erkeklere kıyasla önemli ölçüde sınırlıdır. Küresel Medya İzleme Projesi'nin (GMMP) 2020 raporuna göre, dünya genelinde haberlerde yer alan kaynakların yalnızca %24'ü kadınlardan oluşmaktadır. Bu oran, dünya nüfusunun yüzde 50'sini oluşturan kadınların medyada yeterince temsil edilmediğini açıkça göstermektedir. Bunun yanı sıra, kadınların haberlerde temsil edilme biçimi de önemli bir sorundur. Kadınlar genellikle geleneksel rollerle ilişkilendirilirken, erkekler daha geniş bir yelpazede, özellikle liderlik, güç, başarı ve uzmanlık rolleriyle temsil edilir. Örneğin, bir erkek CEO'nun iş başarısı vurgulanıp cinsiyetine "erkek CEO" olarak hiç atıf yapılmazken, kadın CEO haberlerinde sıklıkla "X şirketinin kadın CEO'su" gibi ifadelerle yer verildiği sıklıkla görülebilir. Benzer şekilde "kadın milletvekili", "bayan doktor" veya "güzel bankacı" gibi ifadeler, cinsiyetin gereksiz yere vurgulandığı ve kadınların mesleki kimliklerinin gölgelendiği ifadelerdir. Kadınlara yönelik bu tür dil kullanımı ve bu tür cinsiyetçi ifadelerin olarak medyada yer alması, toplumdaki bireylerin bilinçaltındaki cinsiyete dair önyargıların pekişmesine katkıda bulunur. Oysa haber medyası, toplumsal cinsiyet eşitliğini destekleme konusunda önemli bir araca dönüşebilir. Bunun için dilin bilinçli bir şekilde kullanılması, toplumsal cinsiyet stereotiplerinden kaçınılması ve kadınların güçlü, bağımsız ve lider rollerle temsil edilmesi elzemdir. Örneğin kadınların güçlü ve bağımsız figürler olarak gösterilmesi, meslek adlarında veya tanımlarda cinsiyetçi ifadelerden kaçınılması ve kadınların mesleki başarılarına daha fazla yer verilmesi, toplumdaki kadınlık algısını olumlu yönde değiştirecektir. Bu bağlamda, medya çalışanlarının da toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda bilinçlendirilmesi ve eğitilmesi mutlaka gerekmektedir.

Küresel Medya İzleme Projesi (GMMP)

GMMP, 1995'ten beri ve beş yıllık aralıklarla yapılan araştırmaları ortaya koyan bir projedir. GMMP kapsamında yapılan araştırmalar göstermiştir ki araştırma yapılan ülkelerde medyada yer alan haberlerde kadınlar erkeklere oranla önemli ölçüde az temsil edilmektedir (GMMP Global Network, 2020). Rapora göre 1995 ve 2015 arasındaki sonuçlar karşılaştırıldığında, haber medyasının cinsiyet boyutlarındaki değişimin küçük ve yavaş olduğunu ortaya koymuştur. Rapor sonuçlarına göre analiz yapılan içeriklerde:

- Haber konularının (röportaj yapılan veya haberin konusu olan kişiler) yalnızca %24'ü kadındı.

- Kadınların bakış açıları daha az duyulmaktaydı, cinsiyete dayalı şiddet gibi kadınları derinden etkileyen hikâyelerde bile erkek sesi baskındı.
- Kadınlar haberlere çıktığında, öncelikle uzmanlar, profesyoneller veya otorite figürleri olarak değil, "yıldızlar" veya "sıradan insanlar" olarak göründüler.
- Dünya nüfusunun yarısı haberlerde neredeyse hiç yoktu.

Metodoloji olarak, GMMP dünya haber medyasında bir "sıradan" haber gününde cinsiyetin anlık görüntüsünü yakalamaktadır ve sıradan bir haber günü, haber gündeminin sıradan hikâyeler, siyaset, ekonomi, sosyal sorunlar, suç vb. ile ilgili günlük makaleler karışımını içerdiği gündür (GMMP Global Network, 2020).

GMMP projesi kapsamında yapılan analizlerde Türkiye'den 147 web sitesi haberi, 128 gazete haberi, 216 radyo haberi, 337 TV haberi ve 188 Tweet incelendiğini not etmekte fayda vardır. Çin ise analiz edilen haberler açısından en fazla verinin analiz edildiği ülke olarak öne çıkmaktadır.

Metodoloji kapsamında medya içerikleri belirli bir zaman diliminde incelenmekte ve cinsiyet eşitliği ve temsili üzerine içerikler analiz edilmektedir. Araştırma sonucunda Haber Medyasında Cinsiyet Eşitliği endeksi (GEM Endeksi veya GEM-I), şu GMMP göstergelerine dayanarak ortalama cinsiyet eşitliği farkını hesaplamaktadır (GMMP Global Network, 2020):

- Haberlerdeki kişilerde (konular ve kaynaklar) cinsiyet dağılımı,
- Muhabir olarak cinsiyet dağılımı,
- Uzman ve sözcü olarak cinsiyet dağılımı,
- Ekonomik ve politik haberlerde cinsiyet dağılımı.

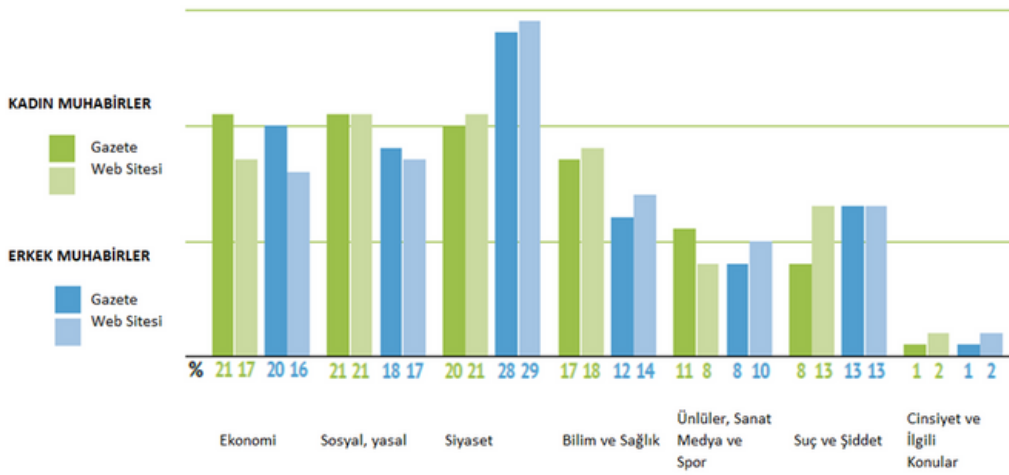
Dünya çapında analizler ise pek çok çarpıcı tablo ortaya koymakla beraber önce çıkan bazı tablolar şu şekildedir:

	1995		2000		2005		2010		2015		2020	
	%F	%M	%F	%M	%F	%M	%F	%M	%F	%M	%F	%M
Gazete, TV, Radyo	17	83	18	82	21	79	24	76	24	76	25	75
Gazete	16	84	17	83	21	79	24	76	26	74	26	74
Televizyon	21	79	22	78	22	78	24	76	24	76	26	74
Radyo	15	85	13	87	17	83	22	78	21	79	23	77
Haber Siteleri ve Haber Tweetleri									26	74	27	73
Haber Siteleri							23 (piloç)	77 (piloç)	25	75	28	72
Haber Tweetleri									28	72	26	74

Şekil 2. Haberlerdeki Cinsiyet Oranları (GMMP Global Network, 2020)

	1995	2000	2005	2010	2015	2020
Lokal	33%	34%	44%	40%	38%	40%
Ulusal	24%	30%	34%	38%	38%	41%
Ulusal ve diğer	28%	33%	32%	32%	n/a	n/a
Alt bölgesel/bölgesel	-	-	-	-	37%	40%
Yabancı/Uluslararası	28%	29%	36%	37%	35%	38%

Şekil 3. Kapsamına göre geleneksel medyadaki kadın muhabirlerin hikâyeleri. 1995-2020 (GMMP Global Network, 2020)



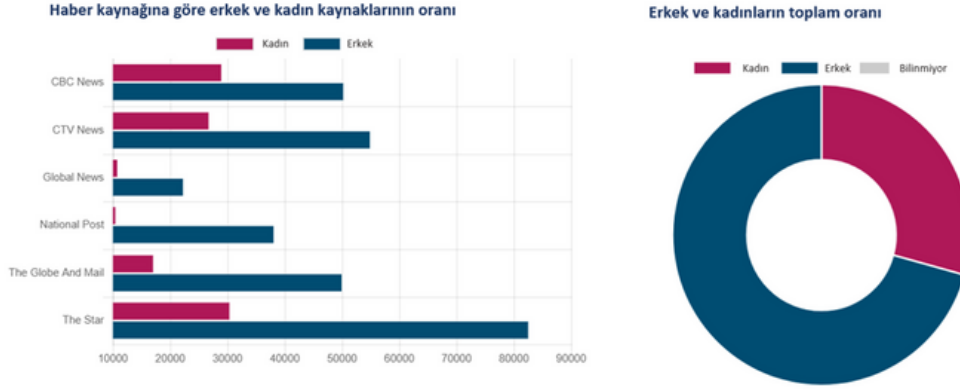
Şekil 4. Başlıca konuya göre, cinsiyete göre muhabirler (Gazeteleri ve haber siteleri) (GMMP Global Network, 2020)

Medyada Kadın Temsili ve Cinsiyet Farklılığı İzleyici (Gender Gap Tracker) Araştırması ve Türkiye’den Örnekler

Dilbilimci Maite Taboada tarafından Simon Fraser Üniversitesi (SFU) Dil İşleme Laboratuvarı bünyesinde geliştirilen Cinsiyet Farklılığı İzleyici (CFİ) kadınların ve erkeklerin alıntılanma oranlarını gerçek zamanlı olarak takip eden bir çevrimiçi araç olup kadınların medyada temsili konusundaki cinsiyet eşitsizliğini sayısal verilerle ortaya koymaktadır (sfu.ca, 2019). CFİ analizinde;

- Öncelikle medya kanallarından metin toplamakta,
- Toplanan metinlerdeki kişi isimleri (kadın-erkek) tespit edilmekte ve cümle yapısı incelenmekte (“his”, “her” gibi cinsiyet belirten kelimeler)
- Elde edilen veriler görselleştirilmektedir.

CFİ, haber içeriği üreticileri ve topluma haber kaynaklarında toplumsal cinsiyet eşitliğinin nasıl sağlandığını/sağlanamadığı konusunda çok çarpıcı içgörüler sunabilmektedir. Şunu da not etmekte fayda vardır ki sistem, fotoğraf veya video görüntü değil de metinsel verileri kazıyıp analiz ettiğinden, ırksal, dini, cinsel yönelim veya kimlik veya engellilik ölçmemektedir.



Şekil 5. 1 Ocak 2024 - 1 Kasım 2024 arası Kanada medyasındaki içeriklerin analizi (Gender Gap Tracker, 2024)

Şekil 5'te görülebileceği üzere, medyada kaynak kullanımında cinsiyet eşitsizliğine çarpıcı bir tablo olarak ortaya çıkmaktadır. Analizde erkek kaynakların ağırlıklı olarak kullanıldığı, kadın kaynakların ise çok daha az temsil edildiği açıkça görülmektedir ve bu durum, haber içeriklerinde cinsiyet temsili konusundaki bir dengesizliği işaret etmektedir.

CFİ (Cinsiyet Farkı İzleyici) hâlihazırda İngilizce ve Fransızca içerik analizi yapabilmektedir (İngilizce haberler için The Gender Gap Tracker (GGT), Fransız haberler için Radar de Parité (RdP) kullanılmaktadır). Aracın Türkçe dil kütüphanesi -henüz- olmadığı için Türkiye'deki medya içeriği analizi sadece İngilizce yayın yapan kaynaklar (örneğin Hürriyet Daily News, Daily Sabah gibi) üzerinden yapılabilmektedir.

Yukarıda da belirtildiği gibi GMMP'nin metodolojisinin temeli "haber medyasındaki bir "sıradan" haber gününde cinsiyetin anlık görüntüsünü yakalamak"tır. Bu çalışmada, örneklem seçiminde Küresel Medya İzleme Projesi (GMMP) tarafından benimsenen metodolojik yaklaşım temel alınmıştır. GMMP, medya içeriklerinin toplumsal cinsiyet eşitliği açısından durumunu ortaya koymak için belirli bir günün haberlerini analiz etme yöntemini benimsemektedir. Bunun temel nedeni, haber gündeminin belirli bir dönem boyunca değil, rastgele seçilen bir gün üzerinden değerlendirilmesinin, medya ekosisteminde toplumsal cinsiyet eşitliği açısından tipik bir temsiliyet sunduğu kabulüdür. Bu metodolojiye bağlı olarak, çalışmamızda 21 Ocak 2025 tarihi rastgele seçilmiş ve bu tarihte yayımlanan haberler analiz edilmiştir. 37 haberin seçilme nedeni, hem haber içeriğinin konu çeşitliliğini kapsaması hem de cinsiyet temsili açısından anlamlı bir değerlendirme yapmaya yetecek sayıda haber içermesidir.

Bu çalışma dâhilinde de Türk medyası üzerinden benzer bir analiz (CFİ modeli kullanılarak) örneklendirilmiştir.

Örnekleme dâhil edilen haberlerin seçiminde belirli dışlanma kriterleri uygulanmıştır:

- Köşe yazıları ve görüş yazıları hariç tutulmuştur: Bireysel yazarların kişisel görüşlerini içeren köşe yazıları, gazetecilik normları gereği haber kategorisine tam olarak girmediğinden analiz dışı bırakılmıştır.

- Reklam ve sponsorlu içerikler çalışma kapsamına dahil edilmemiştir. Haber sitelerinde yayınlanan, ancak ticari markalar veya siyasi gruplar tarafından finanse edilen içerikler (advertorials) çalışma kapsamı dışında bırakılmıştır.
- Çok kısa haberler hariç tutulmuştur. Örneklerdeki haberlerin analizinin yapılmasına olanak sağlaması için 1-5 cümle arası içeriğe sahip haberler analize dahil edilmemiştir.

Bu analiz için 21 Ocak 2025 tarihinde Hürriyet Daily News ve Daily Sabah gazetelerinden 37 adet haber gelişigüzel örneklem yöntemiyle seçilmiş ve bu haberlere ait içerikler CFI üzerinden analiz edilmiştir. Alınan örneklerin bir tanesi[1] hariç hiçbirinde kadın temsili (alıntılanan kaynaklar ve bahsedilen kişiler) erkek temsiliinden daha yüksek olmadığı görülmüştür. Analiz edilen haberlerden üç tanesi aşağıda -görselleriyle birlikte- örnek olarak verilmiştir.

Birinci Örnek: Hürriyet Daily News 21 Ocak 2025 tarihli Bolu Dağı Kayak Merkezi yangın haberinin (<https://www.hurriyetaailynews.com/at-least-10-killed-in-ski-resort-hotel-fire-in-northern-turkiye-204920>) cinsiyet temsili şu şekilde görünmektedir:

News > Türkiye

January 21 2025 11:53:02



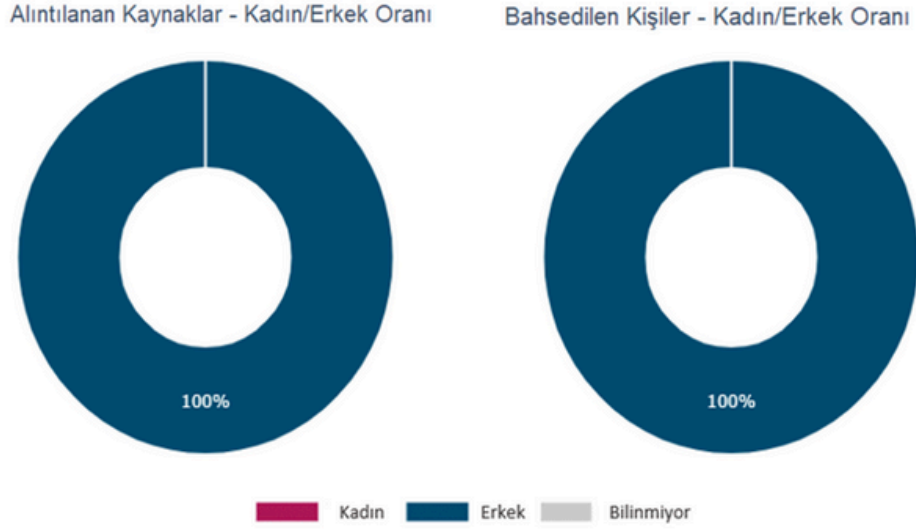
At least 10 killed as major fire engulfs ski resort hotel in Bolu

BOLU



A fire broke out in a hotel at a popular ski resort in the northwestern province of Bolu on Jan. 21, killing at least 10 people and hospitalizing 32 others.

The blaze originated in the restaurant section of the hotel in the Kartalkaya ski resort and rapidly engulfed the 12-story building due to the wooden cladding on its exterior. The cause of the blaze currently remains undetermined.



Şekil 7. 21 Ocak 2025 tarihinde Hürriyet Daily News'tan alınan Kayak Merkezi Yangını Haberi İçeriğinin Cinsiyet Analizi

Bolu Dağı Kayak Merkezi Yangını haberinde;

- Alıntılanan kaynaklar: Abdulaziz Aydın, Necmi Kepcetutan (2 erkek)
- Bahsedilen kişiler: Vedat Isikhan, Mehmet Nuri Ersoy, Kemal Memisoğlu, Ali Yerlikaya, Yılmaz Tunc, Abdulaziz Aydın, Recep Tayyip Erdoğan, Necmi Kepcetutan (8 erkek) olarak belirlenmiştir.

İkinci Örnek: Daily Sabah 21 Ocak 2025 tarihli İsrail'in 90 Filistinli tutsağı serbest bırakması haberinin ise cinsiyet temsili şu şekilde görünmektedir (dailysabah.com/world/mid-east/tears-hugs-abound-as-israel-releases-90-palestinian-prisoners):

DAILY SABAH

WORLD

MID-EAST

EUROPE

AMERICAS

ASIA PACIFIC

AFRICA

SYRIAN CRISIS

ISLAMOPHOBIA

Tears, hugs abound as Israel releases 90 Palestinian prisoners

BY DAILY SABAH WITH AGENCIES | ISTANBUL | JAN 20, 2025 - 9:38 AM GMT+3 |



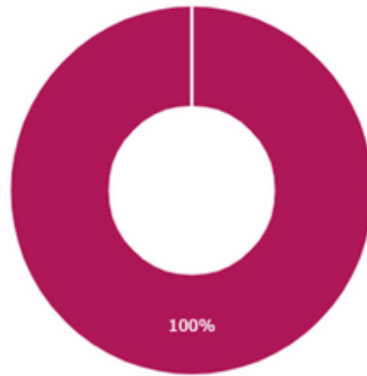
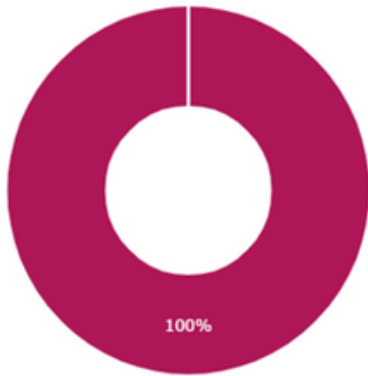
Palestinian leader of the Popular Front for the Liberation of Palestine (PFLP), Khalida Jarrar (C) greeted by relatives as she arrives in Ramallah, occupied West Bank, Jan. 20, 2025. (EPA Photo)

At least 90 Palestinian prisoners were released by Israel Monday after Hamas handed over three Israeli hostages, completing the first exchange under a **long-awaited truce in Gaza**.

Two buses carrying Palestinian prisoners had to inch through a thick crowd when they at last arrived in the West Bank at 2 a.m. Monday.

Alıntılanan Kaynaklar - Kadın/Erkek Oranı

Bahsedilen Kişiler - Kadın/Erkek Oranı



Kadın Erkek Bilinmiyor

90 Filistinli tutsağın serbest bırakması haberinde;

- Alıntılanan kaynaklar: Amanda Abu Sharkh, Bushra al Tawil (2 kadın)
- Bahsedilen kişiler: Amanda Abu Sharkh, Bushra al Tawil (2 kadın) olarak belirlenmiştir.

Üçüncü Örnek: Daily Sabah 21 Ocak 2025 tarihli Donald Trump'ın başkanlık koltuğuna yeniden oturması haberinin ise cinsiyet temsili şu şekilde görünmektedir (<https://www.dailysabah.com/world/americas/familiar-trump-casts-self-as-uniter-to-usher-in-new-american-era>):

DAILY SABAH

WORLD MID-EAST EUROPE **AMERICAS** ASIA PACIFIC AFRICA SYRIAN CRISIS ISLAMOPHOBIA

Familiar Trump casts self as uniter to usher in new American era

BY REUTERS | WASHINGTON | JAN 21, 2025 - 1:03 PM GMT+3 |

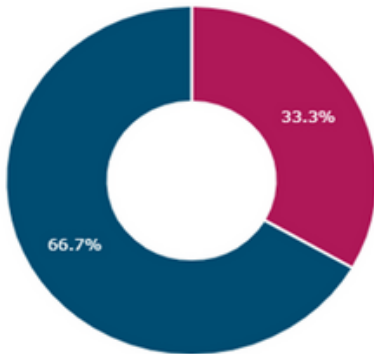


U.S. President-elect Donald Trump takes the oath of office from U.S. Supreme Court Chief Justice John Roberts during inauguration ceremonies in the Rotunda of the U.S. Capitol in Washington, D.C., U.S., Jan. 20, 2025. (EPA Photo)

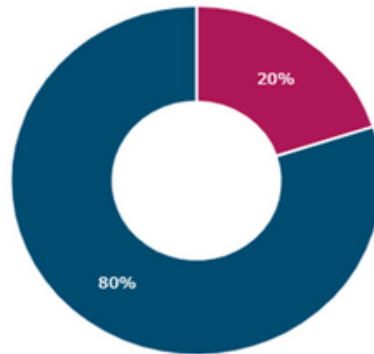
In his inaugural address, President Donald Trump promised a new era of unity and prosperity, though much of his rhetoric evoked themes from the past.

Much of Trump's rhetoric mirrored his words eight years ago when he was

Alıntılanan Kaynaklar - Kadın/Erkek Oranı



Bahsedilen Kişiler - Kadın/Erkek Oranı



Kadın Erkek Bilinmiyor

Donald Trump'ın başkanlık koltuğuna yeniden oturması haberinde;

- Alıntılanan kaynaklar: Lindsay Chervinsky (kadın), Martin Luther King, Donald Trump (2 erkek)
- Bahsedilen kişiler: Lindsay Chervinsky (kadın), Martin Luther King, Donald Trump, Joe Biden, John Roberts (4 erkek) olarak belirlenmiştir.

Bu çalışma ve örneklemelerle ilgili birkaç notu düşmekte fayda vardır:

- Elde edilen İngilizce örneklemin temsil gücü yüksek değildir. Zira İngilizce yayınlanan bu çevrim içi gazeteler sınırlı sayıdadır ve bu gazetelerin Türkiye'deki yazılı medyayı tam anlamı ile temsil ettiğini söylemek pek mümkün değildir.
- İngilizce yayınlanan bu gazeteler daha rafine bir içerik sunmaktadır (örneğin 3. sayfa haberleri gibi haberler bu sitelerde yer almamaktadır).
- Analiz için gazetelerden içerik toplansa dahi CFI'nin metodolojisi ve alt yapısı gereği (bu araç, ele edilen içeriği doğal dil işleme (NLP) teknolojisi üzerinden analiz etmektedir) programın Türkçe kelimeleri yüksek güvenirlikle analiz etmesi şu an için tam olarak mümkün değildir (örneğin CFI, "Memur-Sen Confederation" kelime grubundaki Memur-Sen'i erkek olarak tanımlayarak yanıltıcı sonuç verebilmektedir. Benzer şekilde bazı Türkçe insan isimlerini de ayırt etmekte zorlanabilmekte ve yanlış yapabilmektedir.).

Bu anlamda ileride yapılacak çalışmaların bu noktalar göz önüne alınarak yapılması ve araştırma desenlerinin uygun şekilde tasarlanması gerekir. Gender Gap Tracker aracının Türkçe'ye tam olarak (özel isimler, cinsiyet belirten kelimeler vb.) uyarlanması ile çok daha doğru sonuçlar elde edilebilir.

SONUÇ

Toplumsal cinsiyet eşitliği, sürdürülebilir kalkınma, toplumsal adalet ve insan haklarının temel taşlarından biridir. Bu doğrultuda, yalnızca yasal düzenlemeler ve politikalar değil, aynı zamanda toplumsal normların ve kültürel algıların dönüşümü de eşitliğin sağlanması için kritik önem taşımaktadır. Medya, toplumsal algıları şekillendirme ve yeniden üretme gücüyle, toplumsal cinsiyet eşitliğini destekleme potansiyeline sahiptir.

Haber medyası, özellikle dil ve temsil biçimi aracılığıyla, toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik algıların oluşumunda önemli bir rol oynar. Kadınların haberlerde genellikle az yer alması, yer aldıklarında ise fiziksel görünüşleri veya geleneksel rollerle sınırlandırılması, cinsiyetçi kalıp yargıların güçlenmesine katkıda bulunur. Bunun aksine, kadınların güçlü, bağımsız ve lider figürler olarak temsil edilmesi, toplumsal algıların dönüştürülmesine olumlu katkılar sunabilir. Bu bağlamda, medya içeriklerinde kullanılan dilin özenle seçilmesi, cinsiyetçi ifadelerden kaçınılması ve kadınların başarılarının da vurgulanması gereklidir.

Araştırmalar, medyada kadınların temsil oranlarının erkeklere kıyasla düşük olduğunu ve temsil edildiklerinde de sıklıkla cinsiyetçi kalıplarla ilişkilendirildiklerini ortaya koymaktadır. Alanyazın haber içeriklerinde kadınların hem nicelik hem de nitelik açısından erkeklere kıyasla ciddi bir temsil sorunu yaşadığını göstermektedir. Kadınların medya temsili, yalnızca haberlerde ne sıklıkla yer aldıklarıyla değil, nasıl yer aldıklarıyla da yakından ilişkilidir.

Küresel Medya İzleme Projesi (GMMP) verileri de dünya genelinde benzer bir eğilim olduğunu doğrulamaktadır. GMMP raporlarına göre, kadınların medyada yer alma oranı dünya nüfustaki eşit dağılımı yansıtmamaktadır. Kadınların sesinin daha fazla duyulması ve medyada nesnel bir şekilde temsil edilmeleri, toplumsal cinsiyet eşitliğine ulaşma çabalarını destekleyecek önemli bir adım olacaktır.

Bu çalışma kapsamında Türk medyasından incelenen 37 haberin yalnızca birinde kadın temsili erkeklerden daha yüksek olarak bulunmuştur. Bu durum, haberlerde cinsiyet dengesizliğinin bir istisna olmaktan öte yapısal bir sorun olduğuna işaret edebilir. GMMP metodolojisi, medya içeriklerinin toplumsal cinsiyet eşitliği açısından durumunu ortaya koymak için “belirli bir günün” haberlerini analiz etme yöntemini benimsediği için bu araştırma sadece 21 Ocak 2025 tarihli haberleri kapsamaktadır. Elde edilen haber Cinsiyet Farklılığı İzleyici (CFI) aracı ile analiz edilmiştir ve bu araç kütüphanesi sadece İngilizce (The Gender Gap Tracker) ve Fransızca (Radar de Parité) dillerinde olduğu için araştırmada Türkiye’de yayın yapan İngilizce gazeteler kullanılmıştır. Daha büyük bir örneklem ile farklı sonuçlar beklenme ihtimali var olsa da bu ihtimalin düşük olduğu düşünülmektedir. Zira GMMP raporlarında da ortaya konulduğu üzere kadınların medyada temsili sadece Türkiye’de değil tüm dünya çapında sorunlu/eksiktir. Haber içeriklerinde kadınlara daha az yer verilmesi, onların bilgi kaynağı olarak daha az kabul edilmesine ve toplumsal düzeyde “ikincil” bir konuma itilmesine neden olmaktadır. Kadınların özellikle siyaset, ekonomi, bilim ve teknoloji gibi alanlardaki haberlerde neredeyse hiç yer almaması, toplumsal cinsiyet eşitliği açısından büyük bir eksiklikler. Dahası, kadınlar haberlerde yer aldığı bile, bu temsiliyet çoğunlukla olumsuz olaylar (kadına yönelik şiddet, cinayet, taciz gibi) üzerinden sağlanmaktadır. Kadınlar şiddet mağduru olarak haberleştirilirken, erkekler ise fail, otorite veya kahraman figürü olarak anlatılmaktadır. Bu çerçevelyeme, toplumsal cinsiyet rollerini güçlendiren bir medya pratiği olarak karşımıza çıkmaktadır.

Hayatın her alanında olduğu gibi medyada da verilerin açık bir şekilde ortaya koyduğu bir cinsiyet eşitliği problemi vardır. Gerek politika yapıcılar gerekse medya kurumları bu durumla ilgili eyleme geçilmelidir. Öncelikle medya kuruluşlarının gerek istihdam uygulamalarında gerekse içerik üretiminde toplumsal cinsiyet hedefleri belirlemesi ve bu hedeflere uyum konusunda sıkı önlemler alması elzem görünmektedir. Ayrıca özellikle borsaya kote şirketlerden başlamak üzere cinsiyet kotalarına vurgu yapan politikalar uygulanması cinsiyet eşitliği konusunda daha hızlı ilerleme sağlayabilir.

Medya, yalnızca bilgi aktaran bir araç değil, aynı zamanda toplumsal normları inşa eden ve dönüştüren bir mekanizmadır. Haberler, yalnızca gerçeği yansıtmakla kalmaz, aynı zamanda belirli söylemler üretir ve bu söylemler aracılığıyla toplumsal yapıları şekillendirir. Dolayısıyla, medyada kadın temsiline dair var olan sorunlar yalnızca bir medya pratiği olarak ele alınamaz; aksine, daha geniş bir toplumsal eşitsizliğin yansıması olarak değerlendirilmelidir. Bu bağlamda, medya çalışanlarının toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda bilinçlendirilmesi ve haber yazımında kullanılan dilin gözden geçirilmesi gereklidir. Özellikle:

- Cinsiyetçi dilin ve stereotiplerin haber içeriğinden çıkarılması,
- Kadınların uzman ve lider rollerle haberlerde daha fazla yer alması,
- Kadın temsiline ilişkin düzenli medya analizlerinin yapılması ve bu analizlerin şeffaf şekilde kamuoyuyla paylaşılması,

- Medya kuruluşlarının kendi iç politikalarında toplumsal cinsiyet eşitliğini destekleyici yönergeler oluşturması,
- Cinsiyet kotası ve eşitlik politikalarının medya sektöründe yaygınlaştırılması,

bu konuda atılabilecek somut adımlar arasındadır.

Sonuç olarak, medya çalışanlarının toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda bilinçlendirilmesi ve dil kullanımı üzerine eğitilmeleri elzemdir. Bu eğitim ve bilinçlenme, kadınların yalnızca haberlerde değil, toplumun tüm alanlarındaki temsilini olumlu yönde etkileyebilir. Haber medyasının, kadınları geleneksel rollerle sınırlandırmak yerine güçlü, bağımsız bireyler olarak yansıtmayı, toplumsal normların dönüşümünü hızlandırabilir. Bu dönüşüm, toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasında kilit bir rol oynayacaktır.

TEŞEKKÜR

Bu çalışmada bize destek olan, fikir ve ilham veren Simon Fraser Üniversitesi Dilbilim Bölümünden Prof. Dr. Maite Taboada'ya teşekkür ederiz.

KAYNAKÇA

Acar B., Ünal B., Çelik G., Demir E. & Yaman Ö. M. (2023). Suç ve şiddet içerikli 3. sayfa haberlerinde 'kadın' temsili: hürriyet, sözcü, yenişafak gazeteleri. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 14 (1): 68-83.

Akçalı, E., Cinel, D., Çiftçi, A., Doğu Erdede, R., Güçlü, Ö., Inceoğlu, İ., & Öztemir Hazan, N. (2023). Türkiye Ekranlarında ve Kamera Arkasında Kadın: Temsil ve İş Gücünün Güncel (2017-2021) Görüntüsü. İstanbul: Kadir Has Üniversitesi.

Akyol, O. (2014). Ana haber bültenlerinde kadının sunumu. Atatürk İletişim Dergisi, (7): 15-38.

Alankuş, S. (2012). Kadın odaklı habercilik. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Arslan, K. (2004). Haber nasıl okunur?. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

Çağlar, N. (2014). Haberlerde cinsiyetçilik ve kadın adaylar, (edt. Huriye Kuruoğlu & Bermal Aydın) Toplumsal Cinsiyet ve Medya. ss. 68-95. Ankara: Detay Yayıncılık.

Chandler, D. & Munday, R. (2018). Medya ve iletişim sözlüğü, (Çev.: B. Taşdemir). İstanbul: İletişim.

Connell, R. W. 1998. Toplumsal cinsiyet ve iktidar, (Çev.: C. Soydemir). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Çelenk, S. (2010). Kadınların medya temsili ve etik sorunlar, (edt. Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel) Televizyon haberciliğinde etik. s. 229-236. Ankara: Fersa Matbaacılık.

Dündar, S. (2011). Televizyon haberlerinde kadın temsili. Erciyes İletişim, 1 (4): 91-105.

Erzurum, F. (2014). Televizyon ana haberlerinde kadınların temsil biçimleri/kadınların temsili, (edt. H. Kuruoğlu & B. Aydın). Toplumsal Cinsiyet ve Medya. ss. 97-125. Ankara: Detay Yayıncılık.

Gender Gap Tracker. (2024). gendergaptracker.informedopinions.org/. Gender Gap Tracker: <https://gendergaptracker.informedopinions.org/>. Erişim tarihi 11 Kasım 2024.

GMMP Global Network. (2020). Who makes the news.

Hrant Dink Vakfı. (2016). Türkiye medyasında kadınların temsili: Gazete ve internet haberciliği raporu. hrantdink.org/attachments/article/458/Turkiye-Medyasinda-Kadinlari-Temsili.pdf. Erişim tarihi 17 Mart 2025.

İnceoğlu, Y. & Çoban, S. (2016). Haber okumaları. İstanbul: İletişim.

Kochhar, R. (2023). The Enduring Grip of the Gender Pay Gap. [pewresearch.org/social-trends/2023/03/01/the-enduring-grip-of-the-gender-pay-gap/](https://www.pewresearch.org/social-trends/2023/03/01/the-enduring-grip-of-the-gender-pay-gap/): <https://www.pewresearch.org/social-trends/2023/03/01/the-enduring-grip-of-the-gender-pay-gap/>. Erişim tarihi 3 Kasım 2024.

Murtiningsih, S.E.B., Adventina, M. & Ikom, S. (2017). Representation of patriarchal in mew media: A case study of news and advertisement on tribunnews.com. *Meditarranean Journal of Social Science*, 8 (3): 143-154.

Nobel Prize. (2023). [nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2023/press-release/](https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2023/press-release/). Press Release: car B., Ünal B., Çelik G. Demir E. & Yaman Ö. M. (2023). Suç ve şiddet içerikli 3. sayfa haberlerinde 'kadın' temsili: hürriyet, sözcü, yenişafak gazeteleri. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (1): 68-83.

Oskay, Ü. (2015). İletişimin ABC'si. İstanbul: İnkılap.

Özmen, S., & Vural, A. (2023). Medya profesyonellerinin medyada kadın temsili algısı. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (20): 1-30.

Radyo Televizyon Üst Kurulu. (2025). Medyada Kadın Temsili Konusunda Önemli Adımlar Atıldı, rtuk.gov.tr/medyada-kadin-temsili-konusunda-onemli-adimlar-atildi/496. Erişim 21 Mart 2025.

Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun. (2011). [mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=6112&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5](https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=6112&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5). Erişim tarihi 18 Mart 2025.

Rao P. & Taboada M. (2021) Gender bias in the news: A scalable topic modelling and visualization Framework. *Front. Artif. Intell*, (4): 664737.

Ross, K. & Carter, C. (2011). Women and news: A long and winding road. *Media, Culture & Society* 33 (8): 1148-1165

Saktanber, A. (1995). Türkiye'de medyada kadın: Serbest, müsait kadın veya iyi eş, fedakar anne, Kadın bakış açısından kadınlar. ss. 211-232 (edt. Ş. Tekeli). Ankara: İletişim.

SDG Map. (2024). Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları. sdgmapturkey.com/bilgi-merkezi/surdurulebilir-kalkinma-amaclari/. Erişim tarihi 29 Ekim 2024.

sfu.ca. (2019). The future of women's voices in media: an interview with Gender Gap Tracker's lead SFU researcher: sfu.ca/sfunews/stories/2019/03/the-future-of-womens-voices-in-media-maite-taboada.html. Erişim tarihi 9 Kasım 2024.

Söğüt, F. (2019). Yeni medya ve temsil: internet gazeteciliğinde toplumsal cinsiyet kimliklerinin sunumu. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (31): 212-231

Şener, G., Çavuşoğlu, Ç. & İrklı, H. İ. (2022). Medya ve toplumsal cinsiyet. (edt. F. Sayılıgil). *Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları*. ss. 163-183. Ankara: Dipnot Yayınları.

Türk Dil Kurumu. (2024). sozluk.gov.tr/. Norm: sozluk.gov.tr/. Erişim tarihi 30 Ekim 2024.

UNESCO Türkiye Milli Komisyonu. (1993) Birçok ses tek bir dünya.

Türkiye Büyük Millet Meclisi, Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu. (2012). Toplumsal cinsiyet eşitliğinde medyanın rolü komisyon raporu. Ankara: TBMM Basımevi.

Uçak, O. (2020). Medyada kadın haberleri üzerinden kadının temsili. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(4): 157-175.

Uzun, R. (2002). Eğlence endüstrisi ve televizyon haberciliği, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi (KİLAD), (2): 9-29.

Vandenberghe, H. (2019). Representation of women in the news: balancing between career and family life, Media and Communication, 7 (1): 4-12.

van Dijk, Teun, (1994). Söylemin yapıları ve iktidarın yapıları. (edt. M. Küçük). ss. 271-327. Medya, İktidar, İdeoloji. Ankara: Ark Yayınları.

van Zoonen, E. (1988). Rethinking women and the news, European Journal of Communication, 3 (1): 35-53.

WACC. (2024). waccglobal.org/our-work/global-media-monitoring-project-gmmp/. Global Media Monitoring Project: waccglobal.org/our-work/global-media-monitoring-project-gmmp/. Erişim tarihi 19 Ekim 2024.

ZAMANE KIZLARI: ŞARKILARDA MİZOJİNİNİN İZLERİNİ SÜRMEK

Muharrem DERİN¹

Gönderilme Tarihi / Submission Date: 19.02.2025 - Kabul Tarihi / Acceptance Date: 29.03.2025

DOI: 10.55055/mekcad.1642316

Derin, M. (2025). Zamane kızları: Şarkılarda mizojininin izlerini sürmek. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi* 7 (1), 29-45. <https://doi.org/10.55055/mekcad.1642316>

ÖZ

Mizojini, kadına yönelik şiddeti, onu aşağılamayı ve edilgen bir konuma yerleştirmeyi içeren olumsuz yargıları ifade eder. Mizojini bağlamında kadın yaratılışı gereği eksik ve suçludur. Mizojini, kültürel, ekonomik, toplumsal normlar ile tarih boyunca şekillenmiştir. Bu nedenle de günlük hayatın her alanını etkileyen köklü bir toplumsal olgu olarak varlığını sürdürmüştür. Kadının toplumsal konumu, tarih boyunca erkeğin gölgesinde şekillenmiş ve olumsuz söylemler içinde kadına dair kalıplaşmış yargılar sürekli olarak yeniden üretilmiştir. Kadın kimliği, fiziksel varlığıyla sınırlandırılmış ve çoğu zaman örtük biçimde cinselliğe vurgu yapan anlatılarla şekillendirilmiştir. Mizojinist anlatılar da toplumun bir yansıması olarak sanatta ve medyada kendini var etmiştir. Sanatın bir türü olarak müzik de çoğu zaman kadına yönelik olumsuz söylemler barındırmış ve toplumda zaten mevcut olan kadın düşmanlığını yeniden üretmiştir. Çalışmanın konusu da amaçlı örneklem ile seçilen üç şarkıda mizojinist öğelerin varlığını araştırmak ve şarkıların hangi söylemler ile kadına yönelik olumsuz çağrışım yaptığını öne çıkarmaktır. Çalışma için, bir nitel araştırma yöntemi olarak içerik analizi belirlenmiş ve seçilen şarkılar bu yöntem üzerinden değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda, "bu zamanın kızları", "zamane kızları" ifadeleri ile kadınların ötekileştirilerek aşağılanmaya çalışıldığı anlaşılmıştır. Bu çerçevede, şarkılarda kadına yönelik şiddetin farklı biçimlerinin, hakaretler, değersizleştirme, olaylardan sorumlu olma, paragöz olma gibi ithamlar şeklinde görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kadın, Mizojini, Şarkı, Zamane Kızları.

TODAY'S GIRLS: TRACE MISOGYNY IN SONGS

ABSTRACT

Misogyny refers to negative judgments that include violence against women, humiliating them and placing them in a passive position. According to misogyny, women are deficient and guilty by nature. Misogyny has been shaped by cultural, economic, and

¹ Öğr. Gör., Avrasya Üniversitesi, Meslek Yüksek Okulu, Radyo ve Televizyon Programcılığı, muharrem.derin@avrasya.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4198-9903

social norms throughout history, and has therefore continued to exist as a deep-rooted social phenomenon affecting every aspect of daily life. The social position of women has been shaped under the shadow of men throughout history and stereotypes about women have been constantly reproduced in negative discourses. Women's identity has been limited to their physical existence and shaped by narratives that often implicitly emphasize sexuality. Misogynist narratives have also manifested themselves in art and media as a reflection of society. Music, as a form of art, has also often contained negative discourses against women and reproduced the misogyny already present in society. The subject of this study is to investigate the presence of misogynistic elements in three songs selected through purposive sampling and to highlight the discourses and negative connotations of the songs towards women. For the study, content analysis was determined as a qualitative research method and the selected songs were evaluated through this method. As a result of the study, it was understood that women were marginalized and humiliated with the expressions "girls of this time" and "girls of today". In this framework, different forms of violence against women in songs were seen in the form of insults, devaluation, accusations of being responsible for the events, and be avaricious.

Keywords: Woman, Misogyny, Song, Girls Today.

GİRİŞ

Kadına yönelik olumsuz bakış cennetten kovulma hikayesine kadar uzanır. Kadın, insanın ölümlü dünyaya sürülmesine ve kötülüklerin ortaya çıkmasına neden olan bir figür olarak suçlanmıştır. Günahkâr Havva miti, kadının tarih boyunca nasıl bir günah işlediğini ve baştan çıkarıcılık simgesi hâline getirildiğini gözler önüne sermektedir. Cennetten kovulma anlatısında, yasak meyveyi ilk yiyen figür olarak kadına işaret edilmiştir. İlk toplumlardan modern medeniyetlere kadar, cinsel dürtülerin denetim altında tutulmasını öğütleyen söylemler, kadını baştan çıkaran ve zayıf iradeli bir varlık olarak betimleyerek, ilk günahın faili olarak göstermiştir (Holland, 2019). Toplumsal söylem ve pratiklerle desteklenen ayrıca meşruiyet kazanan kadın düşmanlığı, kadınlara yönelik ayrımcılık ve önyargıları içinde barındırarak onların toplumsal değerini düşürmekte ve kadınları tehdit unsuru olarak görmektedir.

Mizojini, kadınların geleneksel rollerle sınırlandırılmasına sebep olmakta, özellikle çocuk büyütme ve aile içi sorumluluklarla tanımlanmalarını pekiştirmektedir. Kadın düşmanlığının diğer tarafında, erkeklerin kadınlardan daha önemli görülmesi gerektiği fikrini desteklerken, kadınları zayıf ve korunmaya muhtaç olarak değerlendirmektedir. Kadın düşmanlığı, kadınlara duyulan şüpheden fiziksel şiddete kadar uzanan, onları aşağılayan ve yıldırmaya yönelik tutum ve davranışları içeren geniş bir olgudur. Kadın düşmanlığı yeni bir kavram olmamakla birlikte, ataerkil düzenin köklü tarihinde çeşitli mitlerle desteklenerek günümüze kadar süregelmiştir. Kadınların itaate zorlanmasını meşrulaştıran anlatılar, kadın düşmanlığının toplumsal normlar içinde pekişmesine ve kadınlara yönelik ayrımcılığın sürdürülmesine sebep olmuşlardır (Etyang, 2012: 13). Kadın düşmanlığı, kadınlara yönelik nefret, ayrımcılık ve onları geleneksel rollerle sınırlandıran şüphe, korku ve güvensizlik gibi tutumları barındırır.

Tarihsel süreçte kadın düşmanlığı, geçmişte cadı avlarıyla kendini gösterirken, günümüzde ise fiziksel, psikolojik ve ekonomik olarak kadınların dışlanması şeklinde dönüşmüştür. Kadınlara duyulan nefret ve güvensizlik, onları geleneksel kalıplara hapsedmeye çalışırken, bu durum tarih boyunca farklı cezalandırma biçimleriyle desteklenmiştir (Işık, 2022: 69). Kadın düşmanlığı, kadınların rollerini daraltmaya yönelik korku, ayrımcılık ve baskıyı içerirken, bu olgu tarih boyunca farklı formlara bürünerek günümüze kadar ulaşmıştır.

Mizojini hayatımızda çok önemli bir sorun olarak var olmakla birlikte kadın düşmanlığı da kadınlara karşı bir tehdit ve ayrımcılık biçimi olarak varlığını sürdürmektedir. Kadınlara yönelik ayrımcılık ve düşmanlık, gündelik yaşamdan akademik dünyaya, iş hayatından hukuk sistemine, sanat ve medyadan popüler kültüre kadar geniş bir yelpazede varlığını sürdürmektedir. Toplamların bir parçası olarak dilde ve söylemlerde bu ayrımcılığın izleri görülebilir.

Medyanın temel güçlerinden biri, ilettiği mesajların nasıl oluşturulduğu, alıcı tarafından nasıl algılandığı ve benimsendiğidir. Medya, sunduğu mesajların inşası, izleyiciler tarafından algılanışı ve benimsenmesi açısından büyük bir etkiye sahiptir. Televizyon özelinde ele alındığında, kullanılan dilin yapısı, üslubu ve tonu; söz ile görsel öğelerin birlikteliği, görüntü açıları, renk kullanımı ve anlatım biçimi önemli unsurlar arasında yer alır. Popüler müzik, özellikle onu tüketen bireylerin boş zamanlarını değerlendirirken toplumsal hayatı da etkiler.

Müzik de toplumun her alanında, neredeyse herkes tarafından benimsenen cinsiyetçi tutum ve davranışları, mizojinin ve cinsiyete dayalı şiddetin temel söylemlerini barındıran bir alan olarak görülmektedir. Popüler kültürde açık ya da örtük şekilde var olan mizojinist söylemler ve yaklaşımlar, kadına yönelik şiddet, cinsiyet ayrımcılığı ve toplumsal eşitsizlik gibi olguların yaygınlaşmasına sebep olmaktadır. Popüler şarkıların oluşturduğu kadın imajı, özellikle çocuklar ve erkekler üzerinde etkili olup, kadınların kişisel saygınlığını bozan tutum ve davranışların içselleştirilmesine ve normalleştirilmesine yol açmaktadır (Baydar, 2013: 151-155). Bu çerçevede seçilen Akçabaatlı İsmail'in *Bu Zamanın Kızları*, Ali Erbaş'ın *Zamane Kızları* ve Onay Şahin'in *Bu Zamanın Kızları* şarkıları amaçlı örneklem doğrultusunda seçilmiştir. Şarkılar seçilirken aralarında başlık ve söylem olarak benzerlik gösterilmesine dikkat edilmiştir. Anlaşıldığı üzere "bu zamanın kızları" ifadeleri üç şarkıda da başlık olarak ortaktır. Ancak başlığın yanı sıra, şarkılar içerik ve söylemler açısından da oldukça paralellik göstermektedir. Toplumda yaygın olarak karşılaşılan bu yansımalar, zamanla o kadar sıradanlaşmış ve normalleşmiştir ki, artık bu tür ifadeler bizlere oldukça doğal gelmektedir.

Çalışmanın amacı, amaçlı örneklem yöntemiyle seçilen üç şarkı üzerinde derinlemesine bir analiz gerçekleştirerek, bu şarkılarda yer alan mizojinist öğelerin varlığını tespit etmek ve şarkıların kullandığı söylemler aracılığıyla, kadına yönelik olumsuz çağrışımların nasıl ortaya çıktığını incelemektir. Şarkı sözlerinde geçen ifadeler, dilsel yapılar ve temalar ışığında, söylemlerin toplumsal cinsiyet rollerini nasıl pekiştirdiği, kadını nesneleştiren ve aşağılayan bakış açılarını nasıl güçlendirdiği ele alınacaktır. Ayrıca, müzik ve popüler kültür aracılığıyla topluma yayılan bu tür mizojinist anlatıların, bireylerin kadına yönelik algılarını nasıl şekillendirdiği ve toplumda kadının sosyal, kültürel ve ekonomik konumunu nasıl etkilediği de değerlendirilecektir. Bu bağlamda, şarkılar yalnızca müzikal

bir ifade biçimi olarak değil, aynı zamanda toplumsal yapıyı yansıtan ve yeniden üreten araçlar olarak incelenecektir. Böylelikle, çalışmanın temel hedefi, mizojinist söylemlerin müzikle ilişkisini ve bu söylemlerin şarkılarda nasıl yer edindiğini daha derin bir şekilde anlamaktır. Bu amaç doğrultusunda, şarkı sözlerinde yer alan mizojinist öğelerin ve olumsuz çağrışımların belirlenebilmesi için içerik analizi yöntemi seçilmiştir. İçerik analizi, metinlerdeki belirli temaları, kalıpları ve anlam yapılarını sistematik bir şekilde incelemeyi sağlayan bir araştırma yöntemidir. Bu yöntem sayesinde, seçilen şarkılardaki dilsel ifadeler, semboller, metaforlar ve anlatı biçimleri detaylı bir şekilde analiz edilecek, mizojinist unsurların nasıl işlendiği ve bu unsurların kadına yönelik olumsuz bakış açılarını nasıl pekiştirdiği anlaşılabilecektir. Ayrıca, şarkıların toplumsal cinsiyetle ilgili içeriklerini anlamak için bu yöntem, her bir şarkıdaki belirli örüntülerin ve söylemsel yapıların ortaya konmasına olanak tanıyacaktır. İçerik analizi, şarkı sözlerinin sosyal bağlam içinde nasıl bir işlev gördüğünü anlamak ve toplumsal cinsiyetin popüler kültürdeki yeri ile ilişkisini keşfetmek için uygun bir yöntem olarak seçilmiştir. Bu analiz süreci, şarkı sözlerinin toplumsal etkilerini ve bireylerin cinsiyet rollerine dair algılarını nasıl şekillendirdiğini daha derinlemesine incelemeye yardımcı olacaktır.

Mizojininin Kökeni

Misogyn, Latince misogynia ve Yunanca misogynyes kelimesinden gelmektedir ve her ikisi de nefret anlamına gelen "miso" etimolojik kökünü içermektedir. Bunun bir parçası olan "gyne" ise, "kadın" anlamına gelmektedir (Steinbock, 2016: 263). Mizojini kavramı genel hatlarıyla kadın düşmanlığı ve kadına olan nefret olarak açıklanabilir. Ancak mizojini daha geniş bir anlama sahiptir. Kadın düşmanlığının yanı sıra, kadından ve onun özgürlüğünden korkmak, kadının lanetlenmiş olduğunu düşünmek, kadının erkeği yoldan çıkaran bir nevi günahkâr olduğunu düşünmek kadını aşağılamak ve kadın bedenini metalaştırmak olarak da ifade edilebilir. Mizojini günümüzde ekonomiden siyasete iş hayatından ikili ilişkilerimize kadar nüfus etmiştir. Ancak mizojiniyi yeterince iyi anlayabilmemiz için içinde bulunduğumuz döneme bakmak yetmemektedir. Bu nedenle kadına olan nefretin kökenlerine kabaca da olsa bakmak da fayda vardır.

Kadın düşmanlığının tarihi insanlık tarihi kadar eskidir. Çünkü kadına olan önyargı ve düşmanlık tarihin en eski sayfalarında, kutsal metinlerde ve mitlerde karşımıza çıkmıştır. İlk İbrahimi din olan Yahudilik'te "Cennetten Kovulma" hikayesinde suçlu Havva'dır. Üç semavi din Hristiyanlık, Yahudilik ve İslam'ın inanışlarında "Günahkâr Havva" yer almaktadır. Yasak meyveyi yiyen Havva kendisiyle beraber Adem'in de cennetten kovulmasına neden olmuştur. Geçmişten günümüze kadın, iradesiz, günahkâr ve cinselliği baskı altında tutulması gereken bir varlık olarak nitelendirilmiştir. Çünkü artık ilk günah işlenmiştir ve bunu yapan kadındır (Avcı, 2024: 90). Eski Yunan geleneğinde ise bu Pandora'dır.

Tanrılar, Pandora'yı onu Prometheus'un kardeşi Epimetheus'a armağan olarak yollar. Epimetheus onunla evlenir. Pandora'ya, kapağı bir mühürle kapatılmış ve tanrılar tarafından hiç açılmaması emredilen kutu hediye edilmiştir. Ancak, cennetten kovulan Havva gibi Pandora'da aynı hatayı yapmıştır. Yasak olan kutuyu açmış ve insanlık artık çalışma, hastalanma, acı çekme ve ölme ile lanetlenmiştir (Holland, 2019: 29). Benzer bir durum dinlerde de vardır. Havva'nın işlediği ilk günahtan dolayı Havva'ya ve kadınlara verilen adet kanı akması, dokuz ay çocuk taşımaları ve sancılı bir doğum gibi musibetler İbrahimi dinler de benzerlik göstermektedir (Holland, 2019).

Havva ve Pandora'ya biçilen rol, tarihlere ve coğrafyalara göre farklı tezahür etse de temelde aynı kalmıştır. Bu tezahür kadınların özgürleşmemesi gerekliliği ve erkekleri de yoldan çıkarmanın kadınlar olduğudur. Eğer kadın belli bir özgürlüğe kavuşursa ya bir hata yapacaktır ya da erkeği günaha sevk edecektir. Tarihçi Titus Livy kitabında dönemin ünlü hatiplerinden Cato de Elder 'in kadınlar için, "Onlar her konuda özgürlük, doğru adıyla söylemek gerekirse fütursuzluk talep ediyorlar. Yasal düzenlemeleri birer birer sorgulamalarına, değiştirmelerine ve sonunda erkeklerle eşit olmalarına katlanırsanız, inanın ki o zaman onları zapt edemeyeceksiniz ve onlar, sizlerle eşit sayıldıkları anda sizleri oracıkta terk edeceklerdir."der (Aktaran: Holland, 2019: 57). Tarih, örneğini verdiğimiz Cato'nun konuşması gibi birçok örnekle doludur. Tarihin her anında kadınların özgürlüklerinden rahatsız olan bir düşünce ve bir kesim var olmuştur. Havva'nın ilk günahı, bir nevi kadınların yakasını bırakmayacak bir mizojini ile her zaman kendini hatırlatmıştır.

Kadınların boyun eğmesi gerekliliği, bu gerekliliğini yerine getirseler bile buna güven duyulmayacağı Tertullianus ve Augustinus gibi Hristiyan teolojisinin önde gelen isimlerinin yanı sıra, İslamcı teologlar tarafından da öne sürülmektedir. Örneğin Abbas Mahmud el Akkad, Âdem ile Havva öyküsünün, kadının sonsuza dek değişmeyecek doğasını simgelediğini ve sistemin kadının denile yapması ve baskı altında tutulması gerektiğinin altını çizerek (Berkday, 1996: 215).

Tarih boyunca kadın her zaman erkekler tarafından ikinci plana atılmıştır. Kadına giydirilen bu edilgen kostüm farklı coğrafyalarda farklı tarihlerde her daim kendini var etmiştir. Çocuk doğurmak, çocuğa bakmak, ev işleri ile ilgilenmek ve kamusal alandan mahrum bırakılmak kadının kaderi olmuştur. Orta Çağ'da kadın düşmanlığı özellikle cinsellik üzerinden kurulmuştur. Kadının bir cinsel birlikten zevk alması beklenmez ve hoş karşılanmazdı. Kadın, bedeni sadece erkeğini memnun etmek ve çocuğunu dünyaya getirecek bir araç olarak değerlendirilmiştir.

Günümüzde Mısır'dan Somali'ye kadar uzanan geniş bir bölgede, tahminlere göre kadınların ve genç kızların yüksek çoğunluğu, cinsel zevkten mahrum bırakılma amacıyla sünnet edilmektedir. Ortaçağ Avrupası'nda sadece kadın oldukları için cadı sıfatı alan yüz binlerce kadın şiddet görmüş, işkence ve ölüm cezası almıştır. Avrupa'da yaşanan bu cadı avı, kadın düşmanlığının dünyadaki en çarpıcı örneği olarak günümüzde bile iç acıtmaktadır. Çoğunlukla diri diri yakılarak, iki yüz yıllık bir süre içinde sayısı tam olarak bilinmemekle beraber altmış bin ile birkaç milyon kadının öldürüldüğü düşünülmektedir. Ölüm cezası alanların sayısı ve kullanılan metotlar ülkeden ülkeye farklılıklar göstermiştir. En katı cadı avları Almanya'da, İsviçre'de, Fransa'da ve İskoçya'da gerçekleşmiştir. Mizojiniye dayalı "Şeytansı Kadın" motifi Yahudi, Hindu, Cermen, Budist, Müslüman ve Afrika gibi farklı kültürlerde farklı görünümlemlerle kendini göstermiştir. Şeytansı kadınlar, Antik Yunan mitlerinde yer alan Gorgon, Furies, Charybdis ve Scylla gibi korkunç dişi yaratıklarla temsil edilmişlerdir (Holland, 2019).

Mizojini, kadınlara karşı duyulan nefreti ve aşağılamayı tanımlar, genellikle kadınlara yönelik şiddet, dışlanma, küçümseme ve marjinalleşme ile ilişkilidir. Bu düşünce ve eylemler, ataerkil sistemlerin ve toplumsal cinsiyet normlarının pekiştirilmesine yardımcı olur. Ataerkillik, toplumsal cinsiyete dayalı eşitsizlikleri, kesişimsel üretim ve yeniden üretim süreçleriyle birlikte devam ettirir ve bu da toplumsal düzeyde cinsiyetçi bir

zihniyetin yayılmasına yol açar. Cinsiyetçilik, kadın ve erkek rollerine dair stereotiplerin kabul edilmesiyle derinleşir ve bu, bireysel, kurumsal, örgütsel ve kültürel düzeyde çeşitli şekillerde kendini gösterebilir (Fontanella vd., 2024: 2). Ataerkil kültür, kadınları alt sınıf olarak gören ve onları ikincil olarak konumlandıran bir anlayışa dayanır. Bu kültür, kadın düşmanı ifadeleri ve davranışları meşrulaştırmak için toplumsal normlar yaratır.

Anderson'ın analizinde cinsiyetçilik, toplumsal cinsiyet kurallarını ihlal eden kadınlara uygulanan bir cezalandırma biçimi olarak tanımlanmaktadır. Bu tür cinsiyetçilik, kadınlara yönelik açıkça olumsuz duygulara dayalıdır ve kadınları geleneksel olmayan rollerde görmekten rahatsızlık duyan bir yaklaşımı ifade eder. Cinsiyetçilik, kadınları aşağılayıcı nitelermelerle cinsel nesne olarak görmek ve erkek gücünü pekiştiren toplumsal cinsiyet rollerine dayalı bir söylemi sürdürmeyi içerir (Anderson, 2014: 106-108). Kadınlara yönelik olumsuz stereotipler, bu tür cinsiyetçiliğin temelini oluşturur ve kadınları marjinalleştirirken erkeklerin egemenliğini güçlendirir.

Medyada Kadın ve Mizojini

Her toplum, bireyin cinsiyetini merkeze alarak ondan belirli rol ve davranışları benimsemesini bekler. Bu roller ve davranışlar, kültür, gelenek ve inançlara bağlı olarak değişiklik gösterir. Zamanla bu farklılıklar, kadın ve erkek arasındaki sosyal sorunları artırarak eşitsizlikleri derinleştirebilir. Başka bir ifadeyle, toplumsal cinsiyet, bireyin içinde yaşadığı toplum tarafından kadın ve erkek olarak belirlenen iki cinse atfedilen toplumsal rollerin ve bu rollerin bireylerin yaşamları üzerindeki etkilerinin bütünüdür (Bardakçı & Oğlak, 2022: 72). Toplumsal cinsiyet rollerinin doğurduğu eşitsizlik, farklı iktidar ilişkilerinin bir sonucu olarak, toplumun kadın ve erkeğe ilişkin algılarından beslenmektedir. Bu eşitsizlik, kadınların politik, ekonomik, sosyal, kültürel ve medeni alanlardaki insan hakları ve temel özgürlüklerinden tam anlamıyla yararlanmasını engelleyen, kısıtlayan veya ortadan kaldıran ayrımcı uygulamaları içermektedir. Cinsiyete dayalı bu tür mahrumiyet ve kısıtlamalar, kadınların toplumda eşit bireyler olarak yer almasını zorlaştırmakta ve toplumsal adaletsizliği derinleştirmektedir (Demirgöz Bal, 2014: 16). Erkekler ve kadınlar arasında fizyoloji veya hormonal denge gibi inkâr edilemez biyolojik farklılıklar bulunmasına rağmen, bazı araştırmacılar psikolojik çalışmalarda gözlemlenen birçok cinsiyet farkının aslında doğuştan gelen özelliklerden ziyade kültürel beklentiler ve toplumsal kalıp yargılarla şekillendiğini öne sürmektedir. Bu bakış açısına göre, bireylerin davranışları ve psikolojik eğilimleri büyük ölçüde toplumun onlara biçtiği roller ve inançlarla şekillenmekte, biyolojik farklar ise tek başına belirleyici olmamaktadır (Löfller & Greitemeyer, 2023: 221).

Cinsiyet kavramı kadın ve erkekleri biyolojik olarak tanımlarken, toplumsal cinsiyet ise kadın ve erkeğe yüklenen toplumsal rollerdir. Bu roller gereği bireylere birçok sorumluluk yüklenmiştir. En basit örneğiyle toplumsal cinsiyetlerimiz gereği erkek daha çok işe giden evden bağımsız olarak resmedilirken kadın ise eve bağımlı, çocukları büyüten ve ev işleri ile ilgilenen bireyler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum kadınları erkekler karşısında daha dezavantajlı ve mağdur durumuna düşürmüştür. Kadınlar hem ekonomik olarak sömürülmüş hem de bedeni metalaştırılmıştır. Kadınlar evrensel insan hakları olan barınma, eğitim hatta yaşama hakkından mahrum bırakılmıştır (Bilican Gökkaya, 2011: 143). Toplumsal cinsiyet olgusu, her çağda ve toplumda farklılık gösterse de, temel dinamiklerinin süreklilik arz ettiği ve toplumsal yapı içinde etkili bir biçimde varlığını

sürdürdüğü kabul edilmektedir (Yeşil & Yıldırım, 2019: 235). Toplumsal cinsiyet kavramının sürekliliğini sağlama ve yeniden üretme sürecinde medya kilit bir rol üstlenmektedir. Görsel, işitsel ve yazılı medya araçları, toplumsal cinsiyet rollerini pekiştirerek veya dönüştürerek bireylerin algılarını ve toplumsal normları şekillendirmede güçlü bir etkiye sahiptir (Soydan & Küçükşen, 2022: 18).

Cinsiyete dayalı eşitsizlik temelde bireyin doğuştan getirdiği özellikleri bakımından yani sadece erkek veya kadın olduğu için maruz kaldığı bir hak ihlalidir denebilir. Bu eşitsizlik çoğu zaman kadınlar üzerinden değerlendirilmiş ve ele alınmıştır. Yani bugün cinsiyet üzerinden bir aşağılama, nefret söylemi, eşitsizlik, ayrımcılık gibi konular gündeme gelmişse bunun mağduru genelde kadınlar olmuştur (Kara & Ulağlı, 2022: 143). Toplumsal cinsiyet ile kadına yüklenen sorumluluklar kuşaktan kuşağa bir kültür gibi geçmektedir. Toplumsallaşma süreci, bireylerin içinde yaşadıkları toplumun kültür ve değerlerini öğrenmelerini sağlayan bir süreçtir. Bu süreçte, kadın ve erkeğe ilişkin roller ve beklentiler kitle iletişim araçları, özellikle de reklam metinleri aracılığıyla şekillendirilmekte ve sürekli olarak yeniden üretilmektedir. Sonuç olarak, bu roller ve beklentiler zamanla kültürün meşru bir parçası haline gelmektedir. Aslında, toplumsal cinsiyete dair mesajlar doğal süreçlerin bir sonucu olmaktan ziyade, belirli ideolojiler doğrultusunda kurgulanmış bir gerçekliğin yansımasıdır. Bu kurgulanmış gerçeklik, medya ve reklamlar aracılığıyla geniş kitlelere ulaştırılarak meşruiyet kazanmakta ve bireyler tarafından içselleştirilmektedir (Ügümü Aktaş, 2018: 90).

Kitle iletişim araçlarında farklı kadın imajlarının olduğu bakış açısını temellendiren şey, toplumsal cinsiyetin bir yapı olarak kavramsallaştırılmasıdır. Cinsiyeti sosyal bir inşa olarak anlamak, Goffman'ın çeşitli cinsiyet dağılımı türlerini kadın dergilerinde yayınlanan kadınlar üzerinden tanımlandığı analizine dayanabilmektedir. Ona göre kitle iletişim araçlarındaki görsel kodlar ve temsiller cinsiyetle ilgili kültürel stereotipleri güçlendirmektedir. Dolayısıyla cinsiyet hem toplumda hem de medyada inşa edilmektedir (Goffman, 1979).

Kitle iletişim araçları ile toplum karşılıklı bir etkileşim içerisinde. Medya topluma ayna tutarken, aynı zamanda toplumdan etkilenmektedir. Pek çok içerik analizi, şarkı sözlerinde kadınların şiddeti hak eden, baskıya maruz bırakılması gereken ve hatta öldürülebilir bireyler olarak yansıtıldığını ortaya koymaktadır. Bu durum, kadınlara yönelik şiddetin toplumda olağan ve kabul edilebilir hale gelmesine sebep olmaktadır. Kadınlar, yalnızca cinsiyetleri nedeniyle hor görülme ve sistematik ayrımcılıkla karşı karşıya kalmaktadır. Bu nedenle, müzik ve görsel medyada sunulan içerikler, kadınlara karşı olumsuz davranışları teşvik edebilmektedir. Medyanın en önemli işlevleri; mesajların inşası, algılanışı ve içselleştirilmesi olduğu kabul edilmektedir (Kırlıoğlu vd., 2016: 12-13).

Toplumumuzda kadınların herhangi bir olaya veya duruma konu olması sıklıkla karşımıza çıkan bir durumdur. Bu durum şüphesiz herkesin bir şekilde kadının hayatına müdahale etmek isteğinden de kaynaklanmaktadır. Kadının, güzelliği-çirkinliği, evliliği-bekarlığı, çalışması-ev hanımı olması, anne olması-olmaması her zaman bir mesele haline gelmiştir. Kadının toplum içinde bu kadar mesele olması onu medyada da gündem haline getirmiştir (Akdoğan, 2004: 50). Medya yine kadını, tarihsel ve geleneksel olarak kendisine atfedilen bu rol ve ataerkil bakış açısıyla yeniden üretir.

Butler ve Paisley'nin (1980) medyada kadın temsilleri üzerine yaptıkları çalışmada kadınlar çoğunlukla beceriksiz, suskun, seks objesi, kurban, nesne, evcimen, eş, anne şeklinde resmedilirler. Toplum tarafından inşa edilen bu bakış kitle iletişim araçları vasıtasıyla kitlelere ulaştırılmakta ve çoğaltılmaktadır (Aktaran: Tuna Dur, 2023: 184). Toplumda var olan kadınlara yönelik basmakalıp yargılar, televizyon programları, diziler ve çizgi filmler aracılığıyla izleyicilere sunulmakta ve yeniden üretilmektedir. Medya, özellikle televizyon, kadınları geleneksel ve ataerkil roller içinde çerçeveleyerek, onların bireysel kimliklerini ve özgürlüklerini kısıtlayan bir algı yaratmaktadır. Bu durum, kadınların yalnızca anne, eş veya itaatkâr bireyler olarak temsil edilmesine neden olurken, güçlü, bağımsız ve özgür kadın figürlerini ise ya tamamen görmezden gelmekte ya da olumsuz stereotiplerle sunmaktadır (Baydar, 2013: 155). Sonuç olarak, medya içerikleri, kadınların toplumsal cinsiyet eşitliğinden uzak, erkek egemen alanlarda varlık göstermekte zorlandıkları bir kültürel atmosferin sürdürülmesine katkıda bulunmaktadır.

Bu bakış açısıyla değerlendirildiğinde, medyanın toplumsal cinsiyetin şekillenmesinde önemli bir rol oynadığı söylenebilir. Medya, kadınlara yönelik birçok önyargıyı ve çarpık algıyı yeniden üreterek ataerkil yapının beklentileri doğrultusunda hareket etmektedir. Örneğin, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin temel kaynaklarından biri popüler kültürdür (Etyang, 2012: 14). Medyada yer alan kalıp yargılar, taciz, tecavüz ve şiddet gibi mizojiniyi besleyen unsurları meşrulaştırmaktadır. Yapılan araştırmalar, kadına yönelik ayrımcı ve düşmanca tutumların medya içerikleri aracılığıyla pekiştirildiğini göstermektedir. Kitle iletişim araçları yoluyla yayılan kadın karşıtı söylemler; televizyon programları, gazeteler, dergiler, reklamlar, müzikler, video oyunları ve diğer popüler kültür ürünleri aracılığıyla kadını bir meta olarak sunarak değersizleştirmektedir (Jacobsen & Mazur, 1995: 11). Bu durum, hem kadınların kendilerini algılayış biçimini hem de erkeklerin kadınlara yönelik bakış açısını ikincil, değersiz ve nesneleştirilmiş kadın anlayışıyla şekillendirmektedir.

Toplumsal cinsiyet, birçok sosyal olguyla iç içe geçmiş bir kavram olup, bu olguların en önemli kollarından biri de medyadır. Medyanın her yerde bulunması, bireylerin medya içeriklerine sürekli maruz kalması ve toplumsal inançlar ile tutumları şekillendirmedeki etkisi, onun toplumsal cinsiyet temsilleri üzerindeki rolünü daha da önemli hale getirmektedir. Medya, yalnızca toplumun mevcut yapısını yansıtan bir araç olmanın ötesinde, aynı zamanda toplumsal normları pekiştiren ve yeniden üreten güçlü bir mekanizmadır. Nitekim, medya içeriklerinin bireylerin inançlarını, tutumlarını ve toplumsal cinsiyet algılarını nasıl etkilediğini anlamak için çeşitli teoriler geliştirilmiştir. Bu teoriler, bireylerin medya aracılığıyla toplumsal cinsiyet kimliğini nasıl edindiklerini ve sürdürdüklerini incelemektedir (Santoniccolo vd., 2023: 1). Şarkı sözleri yalnızca mevcut toplumsal yapının bir yansıması olmakla kalmaz, aynı zamanda bu yapıyı etkileyen ve şekillendiren güçlü bir unsur olarak da işlev görür.

Şarkılarda Kadın ve Mizojini

Mizojininin medyada karşımıza çıktığı alanlardan biri de müzik sektörüdür. Yaratıcılığın öldüğü anlarda eser sahipleri veya yapımcıları, tüketilebilirliği arttırmak için klişe ve mizojinist ifadeleri sıklıkla kullanmaktadırlar. Günümüzde de şarkılar, sözlerinde ve video kliplerinde cinselliğin cazibesıyla, müstehcenliğin ve erotizmin kullanımını ile sektöre tutunmaya çalışmaktadır. Toplumsal cinsiyet rollerinin topluma benimsetilmesi hususunda medya önemli bir rol oynamaktadır. Müzik, cinsiyete dayalı tutum ve beklentilerin şekillendirilmesinde rol oynar ve daha geniş anlamda kültürel cinsiyet

normlarının bir ifadesi olarak anlaşılır (Moisala & Diamond, 2000). Bu bağlamda yayımlanan filmler, diziler, müzikler toplumsal cinsiyet rolleri üzerinde etkilidir.

Popüler müziklerde ve şarkı sözlerinde, kadınların erkeklerden daha değersiz ve ikincil bir konumda olduğu yönündeki toplumsal cinsiyet kalıplarına sıkça rastlanmaktadır. Bazı şarkılar, kadının kimliğini ve toplumsal rolünü küçümseyerek, dinleyici kitlesine kadın düşmanı mesajlar vermektedir (Weitzer & Kubrin, 2009: 6). Rap ve Rock müzik üzerine yapılan birçok araştırma da kadınların hem şarkı sözlerinde hem de video kliplerinde mizojiniye maruz kaldığı ortaya çıkarılmıştır. Bu araştırmalarda incelenen şarkılarda kadının itaatkâr, akılsız, seks objesi, kurban, ev içi rollere daha uygun, şiddeti hak eden ve edilgen olarak ele alınmıştır (Vincent vd., 1987: 941).

Şarkılarda kadınların konumu hakkında yapılan birçok çalışmada, kadınlar çoğu zaman erkeğe göre daha fazla edilgen ve pasif olarak değerlendirilmiştir. Rock müzik videoları üzerinde yapılan içerik analizinde, kadınları akılsız, seks objesi, kurban olarak küçümserken öte yandan onları itaatkâr, besleyici, ev işleri yapan geleneksel bir cinsiyet rolüne yerleştirmiştir. Rock videoları üzerine yapılan kadınların yer aldığı videoları inceleyen diğer bir çalışmada, geleneksel cinsiyet rollerinin hâkim olduğu ortaya konmuştur. Kadınların yer aldığı videoların %57'sinde kadınlar geleneksel rollere bağlı olarak, pasif, erkeklere bağımlı, fiziksel görünümü vurgulanan objeler olarak değerlendirilmiştir (Alexander, 1999: 46-64).

İki yüzden fazla ülkeyi kapsayan bir araştırmada ise erkek sanatçıların müzik videolarının ortalama üçte ikisinin kadınları küçümseyici bir şekilde ya da geleneksel rollerde tasvir ederek değersizleştirdiği ortaya çıkmıştır (Andsager & Roe, 1999: 81). Adams ve Fuller'in ortaya koyduğu rap, pop, country, rock, r&b gibi birçok farklı müzik türünü içinde barındıran başka bir çalışmada ise cinsiyetçi söylemler ve kadınlara yönelik fazlasıyla nefret söylemi barındıran altı temayı saptamıştır. Saldırgan veya kadına yönelik aşağılayıcı ifadeler, kadına yönelik cinsel şiddete ilişkin ifadeler, kadınların, erkeklerin hayatını zorlaştırdığına ve/veya erkeklerin hayatını mahvettiğine dair ifadeler, kadınların erkekleri kendi kişisel çıkarları veya zevkleri için kullandıklarını ileri süren ifadeler, kadınların erkeklerden aşağı veya daha az insan olduğunu belirten ifadeler ve kadınların kullanılabilir ve atılabilir olduğunu öne süren ifadeler çalışmada öne çıkan başlıklar olmuştur (2006: 640).

Kültürün bir ifadesi olarak müzik, birçok sosyal olguyu yansıtmakla kalmaz, aynı zamanda bunları vurgulama gücüne de sahiptir. Şarkı sözleri, toplumsal cinsiyet gibi farklı sosyal meseleler hakkında zaman içinde oluşmuş fikirleri, ayrımcılığı ve cinsiyetçiliği barındırabilir (Betti vd., 2023: 1). Bu nedenle, şarkı sözleri toplumsal normları gözlemlemek ve ölçmek için kıymetli bir veri kaynağıdır.

Yöntem

Araştırma kapsamında kullanılan yöntem, içerik analizi olup, bu analiz nitel ve nicel içerik analizi olarak ikiye ayrılmaktadır. Çalışmada kullanılan yöntem ise nitel içerik analizidir. Metinlerdeki anlamların, örtük ve açık mesajların, sembollerin ve anlatım biçimlerinin derinlemesine incelenmesini içerir. Araştırmacılar, belirli bir bağlam içinde sözcükler, ifadeler veya temalar arasındaki ilişkileri analiz ederek yorumsal bir değerlendirme

yaparlar. Söylem analizi, metinleri ve konuşmaları yalnızca dilbilimsel açıdan değil, aynı zamanda toplumsal, kültürel ve ideolojik bağlamları içinde inceleyen bir yöntemdir. Söylem analizi; metin analizi, eleştirel analiz, sosyal analiz ve sosyolinguistik çalışmaları kapsayan çok yönlü bir inceleme alanıdır (Sözen, 1999: 81). Bu yöntemin temel amacı, belirli bir söylemin nasıl üretildiğini, nasıl yeniden üretildiğini ve toplumsal yapılarla nasıl ilişkilendirildiğini ortaya koymaktır. Söylem analizi, dilin yalnızca iletişimsel bir araç olmadığını, aynı zamanda iktidar ilişkilerini, toplumsal normları ve ideolojileri şekillendiren bir unsur olduğunu vurgular. Özellikle eleştirel söylem analizi, dilin toplumsal eşitsizlikleri nasıl pekiştirdiğini veya meşrulaştırdığını inceleyerek güç ilişkilerine odaklanır. Bu bağlamda medya, siyaset, akademi ve gündelik konuşmalar söylem analizi kapsamında değerlendirilebilir. Akçabaatlı İsmail'in *Bu Zamanın Kızları*, Ali Erbaş'ın *Zamane Kızları* ve Onay Şahin'in *Bu Zamanın Kızları* şarkıları örneklem olarak seçilmiştir. Şarkıların seçiminde ortak ifadelerin ve çağrışımların varlığı belirleyici olmuştur. Özellikle zamane kızları kavramının tekrarlanması, erkeklerin masumluluğu ve kadınların suçluluğunun vurgulanması şarkı tercihlerinde başat rol oynamıştır.

Şarkıların Değerlendirilmesi

Araştırmada ilk olarak değerlendirilecek şarkı Akçabaatlı İsmail'in *Bu Zamanın Kızları* şarkısıdır. Şarkı sözleri:

“Yaşı on beş oldu mu kendini bir şey sanır
Bu zamanın kızları küçükten sevdalanır
Sabahtan işe gider güneş alır bacaya
Yaşları on beş olan gidiyorlar kocaya
Annesinin yanında on beş yılda salını
Kızlar gelinlik değil altınla süsleniyi
Kızlar gelinlik değil altınla süsleniyi
Bir kız gördüm uşaklar boğazı altın dolmuş
Kızlar kocaya değil altına âşık olmuş
Kızlar için fark etmez sen darılırsan darıl
Tak boynuna altını işte o zaman sarıl
Yine doymaz bu kızlar altın olsa her yanı
Sevgili olanın olsa saray dükkânı
Sevgili olanın olsa saray dükkânı
Bir kızı seveceksin huyunu soracaksın
Altın istemiyorsa o kızı alacaksın
Bu zamanın kızları insanı deli eder
Dünür göndersen ona ilk önce altın ister
Eğer fakir olursan böyle bekar kalırsın
Saray, dükkânın varsa sevdiğini alırsın.”

Şarkı sözlerine içerik analizi yöntemi ile baktığımızda gözümüze çarpan ilk durum kadını parayı seven ve parayla satın alınabilecek bir varlık olarak betimlemesidir. Bu “zamanın kızları” ifadesiyle bir cinsiyet için genelleme yapılmıştır. Bu betimleme, şarkının hemen hemen her yerinde altın yani para ile vurgulanmaktadır. Kızlar “Gelinlik değil altınla süsleniyi, Bir kız gördüm uşaklar boğazı altın dolmuş, Yine doymaz bu kızlar altın olsa her yanı, Altın istemiyorsa o kızı alacaksın, Dünür göndersen ona ilk önce altın ister.”

Şarkıda geçen bu sözlere göre kadınlar paraya çok fazla değer verdiği ve ikili ilişkilerinde duygularına göre değil maddiyata göre hareket ettiği iddia edilmiştir. Bu bağlamda bu tarz şarkılar kadının sunum biçimi onu erkek tarafından satın alınabilecek ürün gibi satılık konuma düşürmektedir (İmançer & İmançer, 2002: 18).

“Yaşları on beş olan gidiyorlar kocaya.”, sözleri ile kadınların evlilik meraklısı olduğu vurgulanırken öte yandan erken yaşta evlenmenin suçlusu olarak kadınlar değerlendirilmiştir. Çocuk evliliği temel bir insan hakkına bir tecavüz ve kız çocuklarına yönelik şiddet olarak değerlendirilmektedir (Uluç vd., 2018: 77). Öte yandan erken yaşta evlenen kız çocuklarının ayrımcılığa uğradığı ve değersizleştirildiği ve sosyal baskıdan dolayı evlendirildiği malumdur (Doğan & Mutlu, 2022: 226). Bu nedenle küçük yaşta evlenmesinin altında yatan sebep kızlar değil, toplumsal baskı ve kadına yüklenen toplumsal cinsiyet rolüdür. Akçaabatlı İsmail’in şarkısında söylendiğinin aksine küçük yaşta zorla evlendirilen kızlar yapılan evliliklerin faileri değil mağdurlarıdır.

Rap Müzikte Toplumsal Cinsiyet Temsilleri isimli çalışmasında Köten ve Akdemir kadının toplumumuzdaki yerini rap müzikleri üzerinden incelemiştir. “Lüks mekanlara da çok bayılırsın, Hesabı bir kere öde ayılırsın, Para eder mi ruhun kaç kuruştur, Parasız konuları hiç etme zaten.” (Norm Ender) sözlerini örnek vermiştir. Akçaabatlı İsmail’in şarkısında da benzer izler görülmektedir. “Tak boynuna altını işte o zaman sarıl, Dünür göndersen ona ilk önce altın ister, Eğer fakir olursan böyle bekar kalırsın.”, sözleri kadınlara yönelik ataerkil ikincilleştirmenin çok bilinen klişeleri olan paraya düşkünlük, ego, bencillik ithamlarının yeniden üretimidir (Köten & Akdemir, 2021). Türk müziğinde türü ne olursa olsun bu takım ifadelerle ulaşmak oldukça kolaydır. İster Türk halk müziği ister pop olsun kadının para ile alınıp satılabileceği imajı sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Kadın birçok birey arasından seçme hakkı olmayan yalnızca seçilebilecek bir eşya, para karşılığında satın alınabilecek bir nesne ve kendisine değer verilmeyen bir mal olarak görülmektedir (Kırlioğlu vd., 2016: 17). “Yaşı on beş oldu mu kendini bir şey sanır, Bu zamanın kızları küçükten sevdalanır, Yaşları on beş olan gidiyorlar kocaya.” sözleri ile kadınlar kibirli ve evlilik meraklısı olmakla suçlanmaktadır. Bu tarz söylemler ülkemiz müziğinde her daim olmuştur.

Farklı örneklerle baktığımızda, “Kız çok sosyeteymiş beni beğenmemiş, sanırsın ki yavrum saraylardan gelmiş.” (Pop), “Profesör olacak başıma.” (Türk Halk Müziği), “Amman bak dediğini yaparmış, Amman kendini beğenmiş, Amman amman gıcık şey.” (Arabesk Fantazi), “Kusursuz egosu, giderli tavrı.” (Rap) gibi şarkı sözleri ve müzik türleri karşımıza çıkmaktadır. Kadınları küçük görme ve kibirli olmakla suçlama tavırları yalnızca belirli bir müzik türüne ait olmamış, farklı müzik türlerinden ve sanatçılardan da bu tür mizojinist davranışlara rastlanılmıştır.

“Bu zamanın kızları deli eder.”, sözleri ile kadınlar alenen ötekileştirilmekte ve kötücül bir varlık gibi sunulmaktadır. Pek çok içerik analizi, şarkı sözlerinde kadınların şiddeti hak eden, baskıya maruz bırakılması gereken ve hatta öldürülebilir bireyler olarak yansıtıldığını ortaya koymaktadır. Bu durum, kadınlara yönelik şiddetin toplumda olağan ve kabul edilebilir hale gelmesine sebep olmaktadır. Kadınlar, yalnızca cinsiyetleri nedeniyle hor görülmekte ve sistematik ayrımcılıkla karşı karşıya kalmaktadır. Bu nedenle, müzik ve görsel medyada sunulan içerikler, kadınlara karşı olumsuz davranışları teşvik edebilmektedir (Weitzer & Kubrin, 2009).

Araştırmada analiz edilecek ikinci şarkı Ali Ercan'ın *Zamane Kızları*'dır. Şarkı sözleri:

“Ben de şaştım Allah'ım bu dünyanın işine
Kızlar sürme sürme çekiyor kaşına
Daha girmeden on üç on dört yaşına
Allah'ım bu kızlar ne olacak
Allah'ım bu dünya ne olacak
Asfalta kızlar gezer, gezişi bağırimi ezer
Şu zamanenin kızları, çıta maymununa benzer
Asfalta kızlar gezer, gezişi bağırimi ezer
Şu zamanenin kızları, tıpkı maymunlara benzer
Günlük moda olmazsa çarşıda gezmezler
Her gün sinema balolardan bezmezler
Mutfak işinden ne haber Vallahi bilmezler
Ali Ercan diyor ki yalan mıdır sözlerim
Yalanım yok hakikat var her gün görür gözlerim
Şakadır sözlerim kızlar sakın ha bana kızmayın
Asfalta kızlar gezer, gezişi bağırimi ezer
Şu zamanenin kızları, Niğde elmasına benzer.”

Analizi yapılan ilk şarkıdaki gibi Ali Ercan'ın şarkısında da zamane kızları denilerek kadınlara yönelik bir genelleme aslında kötüleme yapılmaktadır. İki şarkıda da kızlar küçük yaşlarda bile erkek düşkününü olmakla suçlanmaktadır. Bu durum bize ilk kadın Havva'nın şehvetine yenik düşerek ilk günahı işlemesini hatırlatmaktadır. İslamiyet, Yahudilik ve Hristiyanlık' da cinsellik özellikle kadının cinselliğini yaşaması birçok kutsal metinde düzenlenmiştir. İslam'ın kutsal kitabı olan Kuran'ın cinselliğin düzenlenişine özel bir önem vermiştir. Cinselliğin düzenlenişinin genellikle kadınların bedenlerinin ve cinselliklerinin düzenlenmesi ve denetlenmesi anlamına gelir. Bu kutsal metinler, toplumun kurgulanmasında, belirli toplumsal cinsiyet rollerini kurgulamanın, meşrulaştırmanın ve pekiştirmenin belki de en etkili yoludur (Berktaş, 1996: 25). Bu nedenle manevi duygularını güçlü yaşayan toplumlarda medyanın veya herhangi bir şarkının, kutsal kitaplar ile paralellik göstermesi şaşırtıcı değildir. Nitekim şarkıya bakıldığında “Ben de şaştım Allah'ım bu dünyanın işine, Allah'ım bu kızlar ne olacak, Allah'ım bu dünya ne olacak?” gibi sözler ile karşılaşılmaktadır. Bu sözler ile şarkıda hâkim olan mizojinist tutuma dini bir boyut kazandırılmıştır.

Toplumsal yapı, kadını ev hanımı, anne ve eş kimlikleriyle tanımlayarak, onu özel alana yönlendirmektedir. Kamusal alanda hareket alanı kısıtlanan kadın, en çok mutfakla özdeşleştirilmiştir. Yemek pişirmek, ailesini doyurmak ve masaya sıcak yemek koymak, kadının asli görevi hatta biyolojik bir zorunluluk gibi algılanmaktadır (İnce, 2015: 135-156). Toplumsal cinsiyetin reddi, toplum tarafından eleştiriye maruz kalmaktadır. İçerik analizi yöntemiyle incelendiğinde, “Her gün sinema balolardan bezmezler, Mutfak işinden ne haber, Vallahi bilmezler.”, sözleri ile kadına atfedilen geleneksel rollerin açık bir şekilde vurgulandığını göstermektedir. Bu tür ifadeler, kadınların belirli sosyal normlar çerçevesinde değerlendirilerek ev içi sorumluluklarla sınırlandırıldığını ve bu rollerin dışında hareket ettiklerinde eleştirildiklerini ortaya koymaktadır. İçerik analizi, bu tür metinlerde yer alan dilin ve söylemin, toplumsal cinsiyet rollerini nasıl yeniden ürettiğini anlamak için güçlü bir yöntem sunmaktadır.

Medya temsilleri incelendiğinde, kadının ev içi rollerine sıkı sıkıya bağlı olduğu algısının özellikle reklamlar, diziler ve filmler aracılığıyla pekiştirildiği görülmektedir. İçerik analizi yöntemiyle yapılan çalışmalar, kadınların temizlik yapan, yemek pişiren ya da çocuk bakan figürler olarak sunulmasının, bu geleneksel rolleri kalıcı hale getiren bir toplumsal mekanizma işlevi gördüğünü ortaya koymaktadır (Karaca & Altun, 2017: 338). Bu kadınların yerleştirildiği mekânlar çoğunlukla mutfak, yatak odası ve alışveriş merkezleridir. Bir medya unsuru olarak müzik de toplumsal cinsiyet rollerini toplumun yapısına göre tasarlamaktadır. Nitekim Ali Ercan'ın şarkısında, kadın ev bahsedilen ev hanımı rolünü reddettiği için eleştirilmektedir.

Araştırmada analiz edilecek üçüncü şarkı Onay Şahin'in *Bu Zamanın Kızları*'dır. Şarkı sözleri:

"Bahçelerde lahana
Pişur da pişur da pişur da koy sahana
Bu zamanun kızları hep oldu salahana
Kitap açturacağum Çaykaralı hocaya
Bu zamanun kızları zor giderler kocaya
Elumde demir para
On para, on para, on paradur on para
Uşakların suçu yok, şimdi kızlar zampara
Kara yemiş yaprağı
Yeşildur, yeşildur, yeşildur, sari olmaz
Anam doğru söylerdi, bunlardan kari olmaz
İnup da kıracağum
Derenun, derenun, derenun buzlarından
Allah korusun bizi zamane kızlarından."

Şarkı sözlerine bakıldığında incelenen diğer şarkılar ile benzerlik gösterdiği görülmektedir. Ele alınan üç şarkıda da kadınlar özellikle zamane kızları, zamane kadınları ifadeleri ile ötekileştirilmekte ve yerilmektedir. Bu durum özellikle sinemada var olan femme fatale (öldürücü kadın) olarak nitelendirilen kadınları anımsatmaktadır. Örneğin Femme fatale figürü, popüler kültürde ikonik bir yere sahiptir ve birçok filmde (Double Indemnity, Fatal Attraction, Basic Instinct) tasvir edilmiştir. Bu filmlerde femme fatale, güzelliğini ve cinselliğini masum erkekleri sömürmek ya da mağdur etmek için kullanan kötü niyetli bir kadın olarak aktarılır. Bu kadınlar tamamen kötü olarak sunulur ve geleneksel cinsiyet rollerinden saptıkları için kınanırlar. Müzikte de erkeklere genellikle kadınlara karşı temkinli olmaları gerektiği yönünde güçlü bir mesaj verir (Weitzer & Kubrin, 2009: 17). Onay Şahin'in şarkısında da "Allah korusun bizi zamane kızlarından.", sözleri ile zamanın kızlarını uzak durulması gereken kötücül varlıklar olarak değerlendirmiştir. Bu ifadeler, modern zaman kızlarının eleştirisi olmakla beraber, geleneksel kadına ve kadın normlarına olan özlemi de dile getirmektedir.

Kadının günahkâr ve başkalarını günaha sürükleyen bir figür olarak metalaştırılması, çoğu zaman geri dönülemez toplumsal sonuçlara yol açmıştır. Kadına yönelik aşağılayıcı söylemler, geçmişten günümüze farklı biçimlerde varlığını devam ettirmiş ve modern toplumlarda yeni yöntemlerle pekiştirilmiştir (Avcı, 2024: 91). Bu bağlamda ele alınan

şarkının sözleri, içerik analizi yöntemiyle değerlendirildiğinde, kadınların ahlaki yozlaşmanın sorumlusu olarak gösterildiği ataerkil bir söylem barındırdığı tespit edilmektedir. Örneğin, "Uşakların suçu yok şimdi kızlar zampara." ifadesi, suçu doğrudan kadınlara yükleyerek erkekleri sorumluluktan muaf tutan bir anlatı oluşturmaktadır. İçerik analizinin sunduğu sistematik inceleme süreci, bu tür söylemlerin tarihsel ve kültürel kökenlerini açığa çıkararak, sanat ve medyanın toplumsal algıları nasıl şekillendirdiğini anlamamıza yardımcı olmaktadır.

Özellikle yaratılış mitleri ve dini anlatılarda sıkça rastlanan kadının erkeği günaha sürüklediği teması, içerik analizi yöntemiyle değerlendirildiğinde, günümüz popüler kültüründe hala varlığını koruduğu görülmektedir. Bu bağlamda, içerik analizi yöntemi, toplumsal yapılar içinde gizli kalmış cinsiyetçi söylemleri açığa çıkaran, onları sorgulayan ve eleştirel bir perspektif sunan güçlü bir araştırma aracı olarak işlev görmektedir.

SONUÇ

Mizojini, kadınları aşağılayan eski önyargılar olarak tarih boyunca varlık gösterdiği gibi, bu önyargı günümüzde de devam etmektedir. Kadının biyolojik yapıları bile, onun itaatsiz bir cins olarak kabul edilmesine ve bu düşüncenin pekişmesine sebep olmuştur. Kadın düşmanlığı, tarih boyunca farklı biçimlerde varlığını sürdürmüş ve hayatın hemen her alanında kendini hissettirmiştir. Toplumsal normlardan kültürel pratiklere, hukuk sistemlerinden iş hayatına, medyadan sanata, eğitimden siyasete kadar pek çok alanda kadınlara yönelik ayrımcılık, önyargı ve baskı çeşitli şekillerde ortaya çıkmıştır. Kadınların haklarını sınırlayan, onları geleneksel rollerle kısıtlayan ve erkek egemen sistemin devamını sağlayan bu anlayış, kimi zaman açık bir şiddet ve baskı olarak kendini gösterirken, kimi zaman da daha örtük ve sistematik mekanizmalar aracılığıyla kadınları dezavantajlı konuma itmiştir.

Medya, toplumun bir yansıması olmanın ötesinde, aynı zamanda toplumu şekillendiren ve yönlendiren güçlü bir araçtır. Toplumdaki mevcut değer yargıları, normlar, inanışlar ve önyargılar medya içeriklerine yansırken, medya da bu unsurları pekiştirerek veya dönüştürerek toplumsal algıları etkileyebilir. Televizyon, sinema, gazete, dergi, sosyal medya ve dijital platformlar aracılığıyla yayılan içerikler, toplumun kültürel yapısını, bireylerin düşünce biçimlerini ve hatta sosyal ilişkilerini doğrudan etkileyen unsurlar arasında yer almaktadır. Dolayısıyla, medya sadece bir aynadan ibaret değil, aynı zamanda toplumu şekillendiren dinamik bir güçtür.

Medyada yer alan bazı şarkılar, sadece kadın düşmanlığını yaymakla kalmayıp, aynı zamanda hegemonik erkeklik algılarını da yeniden üretmekte ve pekiştirmektedir. Bu tür şarkıların sözlerinde, kadınları aşağılayan, onları nesneleştiren veya geleneksel cinsiyet rollerine hapseden ifadeler sıkça yer almakta, böylece toplumsal cinsiyet eşitsizliği müzik yoluyla normalleştirilmektedir. Erkekliği güç, otorite ve tahakküm üzerinden tanımlayan bu söylemler, erkeklerin sert, duygusuz ve baskın olması gerektiği algısını pekiştirirken, kadınları edilgen, bağımlı ve kontrol edilmesi gereken bireyler olarak konumlandırmaktadır. Sonuç olarak, müzik endüstrisinde sıkça karşılaşılan bu tür cinsiyetçi içerikler, toplumsal normları ve cinsiyet eşitsizliklerini sürdürerek, kadın düşmanlığının ve toksik erkeklik anlayışının yayılmasına katkıda bulunmaktadır.

Ele alınan şarkılarda taciz ve cinselleştirilmiş şiddetin yaygın, sistematik bir biçimde var olduğu gözlemlenmiştir. Kadın düşmanlığının ve cinsiyet eşitsizliklerinin normalleşmiş bir durum haline geldiğini görülmüştür. İncelenen şarkılarda özellikle “bu zamanın kızları” kavramı üzerinden kadınlar ötekileştirilmiş ve kadına yönelik nefret söylemi üretilmiştir. Bu tür ifadeler, geçmişe duyulan özlem ve geleneksel kadın rollerine duyulan bağlılık üzerinden modern kadını eleştirerek, onu ahlaki ve toplumsal açıdan değersizleştirmeye yönelmektedir. Kadınların bağımsızlık kazanması, kendi seçimlerini yapması ve toplumsal cinsiyet normlarına meydan okuması, bu tür şarkı sözlerinde olumsuz bir çerçevede sunulmakta, eski ve ideal kadın imajı ile karşılaştırılarak günümüz kadınlarını itibarsızlaştırmaktadır. Böylece, kadınların özgürleşmesini sorgulayan ve onları kontrol altında tutma arzusunu yansıtan cinsiyetçi söylemler müzik aracılığıyla yaygınlaştırılmaktadır.

İçerik analizi yöntemi kullanılarak incelenen şarkılarda, kadına yönelik olumsuz söylemlerin yaygın bir şekilde yer aldığı tespit edilmiştir. Bu söylemler, kadınları aşağılayan, ötekileştiren, geleneksel toplumsal rollere hapseden ve cinsiyetçi kalıpları pekiştiren ifadeler içermektedir. Şarkı sözlerinde kadınların özgürlükleri eleştirilmekte, bağımsız kadın kimliği olumsuz bir çerçevede sunulmakta ve hegemonik erkeklik algıları yeniden üretilmektedir. Özellikle “bu zamanın kızları” gibi ifadelerle kadınlar toplumsal değişime ayak uydurdukları için eleştirilmekte, modern kadın kimliği değersizleştirilmektedir. Kadın düşmanlığı içeren bu tür şarkılar, toplumsal cinsiyet eşitsizliğini pekiştirmekte ve kadınlara yönelik ayrımcı tutumların normalleşmesine katkıda bulunmaktadır.

İncelenen şarkılar, özellikle günümüz kızlarını sahip oldukları özgürlükler açısından eleştirmiş ve kötülemiştir. Kadınların ekonomik, sosyal ve bireysel özgürlüklerini artırmaları, toplumsal rollere meydan okumaları ve geleneksel kalıpların dışına çıkmaları, bu şarkılarda olumsuz bir şekilde yansıtılmıştır. Geleneksel kadınlık anlayışına bağlı kalan söylemler, özgür kadınları sorumsuz, sadakatsiz veya ahlaki değerlerden uzak olarak tanımlayarak onları küçümsemekte ve ötekileştirmektedir. Böylece, müzik aracılığıyla kadınların bireysel hak ve özgürlükleri sorgulanırken, toplumsal cinsiyet eşitsizliği yeniden üretilmekte ve kadın düşmanlığı pekiştirilmektedir.

İncelenen şarkılarda kadın figürüne yönelik belirli kalıp yargıların öne çıktığı görülmektedir. Bu şarkılarda suçlu kadın, masum erkek motifiyle kadınlar hatalı veya aldatıcı olarak konumlandırılırken, erkekler mağdur veya kandırılmış olarak gösterilmektedir. Benzer şekilde, parayı seven kadın imajı üzerinden kadınlar maddiyata düşkün ve çıkarıcı bireyler olarak tasvir edilmektedir.

Bunun yanı sıra, uzak durulması gereken kadın motifiyle kadınlar tehlikeli, güvenilmez ya da erkekler için bir tehdit unsuru olarak resmedilirken, kocaya meraklı kadın anlatısıyla da kadınların hayat amacının evlilik olduğu, yalnızca bir eş arayışı içinde oldukları yönünde bir algı oluşturulmaktadır. Bu tür kalıp yargılar, kadınları tek boyutlu ve toplumsal rollerle sınırlı bir şekilde ele alarak cinsiyetçi söylemleri beslemekte ve kadın kimliğini edilgen bir konuma itmektedir.

KAYNAKÇA

- Adams, T. M. & Fuller, D. B. (2006). The words have changed but the ideology remains the same: Misogynistic lyrics in rap music. *Journal of Black Studies*, 36 (6): 938-957.
- Akdoğan, H. (2004). *Medyada kadın*. İstanbul: Ceylan Yayınları.
- Alexander, S. (1999). The gender role paradox in youth culture: An analysis of women in music videos. *Michigan Sociological Review*, 46-64.
- Anderson, K. J. (2014). *Modern misogyny: Anti-feminism in a post-feminist era*. Oxford University Press.
- Andsager, J. L. & Roe, K. (1999). Country music video in country's year of the woman. *Journal of Communication*, 49 (1): 69-82.
- Avcı, N. (2024). Eğlence kültüründe değişim: Bir kentleşme sembolü arabesk müzikten mizojini temalı şarkı sözlerine. *Culture Academy*. 4 (1): 88-123.
- Bardakçı, Ş. & Oğlak, S. (2022). Toplumsal cinsiyet eşitsizliği endeksi ve Türkiye. *Toplumsal Politika Dergisi*, 3 (1): 71-90.
- Baydar, V. (2013). Popüler kültürde mizojini. *Turkish Studies*, 8 (151):151-165.
- Berktaş, F. (1996). *Tektanrılı dinler karşısında kadın*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Betti, L. & Abrate, C. ve Kaltenbrunner, A. (2023). Large scale analysis of gender bias and sexism in song lyrics. *EPJ Data Science*, 12 (1): 10.
- Bilican Gökaya, V. (2011). Kadına yönelik ekonomik şiddet: Sivas ili (Cumhuriyet Üniversitesi) örneği. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 3 (3): 129-145.
- Demirgöz Bal, M. (2014). Toplumsal cinsiyet eşitsizliğine genel bakış. *Kadın Sağlığı Hemşireliği Dergisi*, 1 (1): 15-28.
- Doğan, Ü. G. A. N. & Mutlu, S. (2022). Çocuk gelin evliliklerinin sosyo-kültürel kökenlerine ilişkin nitel bir çalışma: 'Ben kızımı onlara kurban ederim'. *Cumhuriyet Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 46 (2): 218-235.
- Etyang, P. (2012), *Misogyny in urban public and private spaces*, a conference paper presented at the international conference on gender based violence at. Kenyatta University, Kenya.
- Fontanella, L., Chulvi, B., Ignazzi, E., Sarra, A. & Tontodimamma, A. (2024). How do we study misogyny in the digital age? A systematic literature review using a computational linguistic approach. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11 (1): 1-15.
- Goffman, E. (1979). *Gender advertisements*. New York: Harper and Row.
- Holland, J. (2019). *Mizojini-dünyanın en eski ön yargısı*. (Çev.: Erdoğan Okyay). Ankara: İmge Kitabevi.
- Işık, M. F. (2022). Felsefe tarihinde mizojini sorunu. *Politik Ekonomik Kuram*, 6 (1): 59-72.
- İmançer, D. & İmançer, A. (2002). Televizyon reklamlarında kadın sunumuna özgü klişeler. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (15): 1-22.
- İnce, Ş. (2015). İki kadın bir mutfak: kadınlararası iktidar ilişkileri. *Moment Dergi*, 2 (2): 135-156.
- Jacobsen, M.F. & Mazur, L.A. (1995), 'Sexism and sexuality in advertising', *marketing madness: A survival guide for a consumer society*. New York: Westview Press.

- Kalaycı Kırlioğlu, H. İ., Kırlioğlu, M., Akpınar, B., Şenel, D. & Demirel, R. (2016). Şarkılarda kadına yönelik şiddetin izleri: Niteliksel bir çalışma. *Munzur Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (8): 6-30.
- Kara, Ç. & Ulağı, S. (2022). 1980-2020 yılları arasında medyada kadın temsiliinin dönüşümü. *Management and Political Sciences Review*, 4(2): 142-164.
- Karaca, E. & Altun, İ. (2017). Toplumsal cinsiyetin geleneksel Türk mutfağına yansıması. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 10 (20): 335-342.
- Köten, E. & Akdemir, H. E. (2021). Rap müzikte toplumsal cinsiyet temsilleri: Toplumsal cinsiyet klişeleri, hegemonik erkeklik ve cinsiyetçilik. *Lectio Socialis*, 5 (1): 43-59.
- Löffler, C. S. & Greitemeyer, T. (2023). Are women the more empathetic gender? The effects of gender role expectations. *Current Psychology*, 42 (1): 220-231.
- Moisala, P. & Diamond, B. (2000). *Music and gender*. University of Illinois Press.
- Santonniccolo, F., Trombetta, T., Paradiso, M. N. & Rollè, L. (2023). Gender and media representations: A review of the literature on gender stereotypes, objectification and sexualization. *International journal of environmental research and public health*, 20 (10): 5770.
- Soydan, E. & Küçükşen, K. (2022). Toplumsal cinsiyet eşit(siz)liğinin medyadaki izdüşümleri. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (3): 18-28.
- Sözen, E. (1999). *Söylem*. İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Steinbock, E. A. (2016). Misogyny. (edt. K. Fritsch & C. O'Connor & A. Thompson). *Keywords for radicals: The contested vocabulary of late capitalist struggle*. ss.263-269. California: AK Press.
- Tuna Dur, G. (2023). Cumhuriyet dönemi popüler kadın dergilerinde mizojini etkilerinin incelenmesi: Hayat Dergisi örneği. *Akdeniz Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Dergisi*, 6 (1): 175-209.
- Uluç, G., Erçetingöz, A. & Süslü, B. (2018). Hukuki ve toplumsal boyutuyla çocuk gelin olgusu ve 2010 sonrası Türk sinemasının çocuk gelinleri. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 10 (4): 75-94.
- Üğümü Aktaş, P. (2018). Toplumsal cinsiyete dair değişimlerin reklamlara yansıması: Kadınlara yönelik reklamlara göstergebilimsel bir bakış. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2 (3): 87-101.
- Vincent, R. C., Davis, D. & Boruszkowski, L. A. (1987). Sexism on MTV: The portrayal of women in rock videos. *Journalism Quarterly*, 64 (4): 750-941.
- Weitzer, R. & Kubrin, C. E. (2009). Misogyny in rap music: A content analysis of prevalence and meanings. *Men and Masculinities*, 12 (1): 3-29.
- Yeşil, F. & Yıldırım, A. (2019). Toplumsal cinsiyet ve medyadaki söylemi: Evlilik programları. *Selçuk İletişim*, 12 (1): 232-254.

BARBIE VE GÜNÜMÜZDE TÜKETİM KÜLTÜRÜNE ETKİSİHandan Sabriye YAMAN¹

Gönderilme Tarihi / Submission Date: 28.03.2025 - Kabul Tarihi / Acceptance Date: 15.04.2025

DOI: 10.55055/mekcad.1667784

Yaman, H. S. (2025). Barbie ve günümüzde tüketim kültürüne etkisi. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi* 7 (1), 46-60.
<https://doi.org/10.55055/mekcad.1667784>**ÖZ**

Frankfurt Okulu'nun odağında kültür endüstrisi vardır. Bu teorinin temel çıkış noktası, Faşizmin hızla gelişmesi, sosyalist hareketin gerilemesi, Nazilerin iktidara gelmesi ve Avusturya işçi hareketinin 1930'larda dağılması, Avrupa'daki hızlı değişimlerdir. Bu gelişmeler okulun teorisyenlerini düşünmeye zorlarken, Avrupa'da süregelen siyasi huzursuzluktan kaçmak için tüketim toplumu, kitle toplumu ve kültür endüstrisini incelemek üzere Amerika Birleşik Devletleri'ne kaçarlar. Popüler kültür, kültür endüstrisi, kitle toplumu gibi kavramlar Frankfurt Okulu'nun odak noktasıdır çünkü toplumsal hayatın, gündelik hayatın, bireylerle ana akım kültür arasındaki gerilimin eleştirisini temel alır.

2023 Temmuz ayında vizyona giren filminin gelmesiyle Barbie, etkisi bilinen belirli yaş aralığından çıkıp kadın erkek demeden neredeyse tüm bireylerin tüketim aracına dönüşmeye başlamıştır. Film öncesi belirli bir yaş aralığına, belirli sayıda denebilecek şekilde ve belirli alanlara hükmettiğini söyleyebileceğimiz Barbie etkisi, filmini ünlü oyuncuların canlandırmasıyla hızlı bir şekilde hayatımıza daha da etki eder.

Bu çalışma ile Barbie kültürünün filmi öncesinden sonrasına, tüketim kültürüne olan etkisini nasıl dönüştürdüğü Frankfurt Okulu'nun teorisi üzerinden incelenecektir. Kitle toplumunun yaklaşımının yönlendirilmesine etki eden tüketim kültürünün nasıl ve neye göre şekillendiği üzerinde durulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Frankfurt Okulu, Tüketim Kültürü, Kitle Toplumu, Barbie.

¹ Öğr. Gör., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Bucak Emin Gülmez Teknik Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Bilgisayar Destekli Tasarım ve Animasyon Programı, hsyildirim@mehmetakif.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5793-4048

BARBIE AND ITS IMPACT ON TODAY'S CONSUMPTION CULTURE

ABSTRACT

The focus of the Frankfurt School is the culture industry. The main starting points of this theory are the rapid development of fascism, the decline of the socialist movement, the Nazis' coming to power and the disintegration of the Austrian workers' movement in the 1930s, and the rapid changes in Europe. While these developments forced the school's theorists to think, they fled to the The United States of America to study consumer society, mass society, and the culture industry to escape the ongoing political unrest in Europe. Concepts such as popular culture, culture industry, mass society are the focus of the Frankfurt School because they are based on the criticism of social life, everyday life, and the tension between individuals and mainstream culture.

With the release of the movie in July 2023, the Barbie effect has moved beyond a certain age range and started to become a consumption tool for almost all individuals, both men and women. The Barbie effect, which we can say dominated a certain age range and certain areas before the movie, quickly affects our lives even more with the portrayal of the movie by famous actors.

In this study, it will be examined through the Frankfurt School's theory on how Barbie culture transformed its impact on consumer culture before and after the movie. It will be focused on how and on what basis the consumption culture, which affects the direction of the approach of mass society, is shaped.

Keywords: Frankfurt School, Consumption Culture, Mass Society, Barbie.

GİRİŞ

Frankfurt Okulu, 1923 yılında Almanya'da kurulan Frankfurt Toplumsal Araştırma Enstitüsü etrafında şekillenen eleştirel düşünce geleneğinin adıdır. Jay'ın (1973: 41) belirttiği gibi, Enstitü'nün kuruluşu, I. Dünya Savaşı sonrası Avrupa'nın entelektüel ve politik krizine bir yanıt olarak ortaya çıkmıştır. Faşizmin hızla gelişmesi, sosyalist hareketin gerilemesi ve Nazilerin iktidara gelmesi gibi tarihsel koşullar, okulun teorik yönelimini şekillendirmiştir. Adorno ve Horkheimer gibi düşünürler, Aydınlanma'nın vaatlerinin nasıl olup da faşizm ve totalitarizm gibi felaketlere dönüştüğünü anlamaya çalışmışlardır. Horkheimer'ın *Geleneksel ve Eleştirel Teori* (2002: 350) makalesinde vurguladığı üzere, Frankfurt Okulu'nun temel amacı, toplumsal gerçekliği yalnızca açıklamak değil, aynı zamanda eleştirel bir perspektifle dönüştürmektir.

Frankfurt Okulu düşünürleri, Adorno ve Horkheimer'ın *Aydınlanmanın Diyalektiği* (2010: 162) eserinde ortaya koydukları gibi, modern toplumda aklın araçsallaşmasını ve kültür endüstrisinin yükselişini eleştirel bir bakışla incelenmiştir. Wiggershaus'un (1995: 104) çalışmasında belirttiği üzere, Frankfurt Okulu'nun eleştirel teorisi, Marksizm, psikanaliz ve Alman idealizmi gibi farklı düşünce geleneklerini birleştirerek, kapitalist toplumun yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda kültürel ve psikolojik boyutlarını da analiz etmeyi amaçlamıştır. Adorno'nun *Negatif Diyalektik* (2016: 148) eserinde vurguladığı gibi, ideoloji kavramı bu analizde merkezi bir öneme sahiptir; çünkü toplumsal tahakkümün nasıl meşrulaştırıldığını ve sürdürüldüğünü anlamak için kritik bir araçtır. Bottomore'un

(2002: 27) belirttiği üzere, Frankfurt Okulu için ideoloji, toplumsal çelişkileri gizleyen ve mevcut iktidar ilişkilerini doğallaştıran bir bilinç biçimidir.

Horkheimer ve Adorno'nun *Aydınlanmanın Diyalektiği*'nde (2010: 185) vurguladıkları gibi, kültür endüstrisi yalnızca eğlence sağlamakla kalmaz; aynı zamanda tüketim toplumunun normlarını pekiştirmek ve ekonomik düzeni sürdürebilmek için tasarlanır. Adorno'ya göre (1991: 103-104), "Kültür endüstrisinin etkililiği, ideoloji sunmakta değil, statükoya alternatif olabilecek düşünceleri ortadan kaldırmaktadır. Haz her zaman hiçbir şey düşünmemek, acıyı gösterildiği yerde bile unutmak anlamına gelir." Bu nedenle haz, "direnişin son kalan düşüncesinden kaçıştır"; eğlencenin vaat ettiği özgürleşme ise "düşünce ve olumsuzlamadan özgürleşmedir". Adorno'nun kültür endüstrisi eleştirisi, modern kapitalist toplumun ekonomik örgütlenmesinin araçsal aklın nihai gerçekleşmesini ve Aydınlanma'nın kendini yok etmesini nasıl sağladığını gösterir.

Frankfurt Okulu düşünürlerinin kültür endüstrisi kavramını geliştirmelerindeki en önemli etken, İkinci Dünya Savaşı sonrası Amerika Birleşik Devletleri'nde geçirdikleri dönemdir. Bu dönemde kapitalist sistemin kültür üzerindeki etkilerini doğrudan gözlemleme fırsatı bulan düşünürler, kültürün nasıl metalaştığını ve endüstriyel bir ürüne dönüştüğünü yakından incelenmiştir. Özellikle radyo, sinema ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, kültürel üretimin endüstriyel bir mantıkla şekillenmesine yol açmıştır. Adorno'ya göre (1991: 5), "Kapitalizm altında tüm üretim pazar içindir; mallar insan ihtiyaçlarını ve arzularını karşılamak için değil, kâr elde etmek, daha fazla sermaye edinmek için üretilir. Kullanım değerinin değişim değeri tarafından tahakküm altına alınması, aydınlanmış aklın eğilimlerini gerçekleştirir ve tekrarlar."

Frankfurt Okulu'nun ikinci kuşak temsilcisi olan Habermas, *Bilgi ve İnsan Çıkarları* (1987: 301) eserinde, bilgi ile çıkarlar arasındaki ilişkiyi sistematik bir şekilde incelemiştir. McCarthy'nin (1978: 53) analizine göre, Habermas için bilgi üretimi, teknik, pratik ve özgürleştirici çıkarlar tarafından yönlendirilmektedir. Habermas'ın *İletişimsel Eylem Teorisi* (2001: 384) eserinde geliştirdiği yaklaşım, Frankfurt Okulu'nun eleştirel geleneğini, iletişimsel rasyonalite kavramı etrafında yeniden formüle etmeyi amaçlamaktadır. Marcuse'nin *Tek Boyutlu İnsan* (2010: 11) eserinde vurguladığı gibi, modern toplumda pozitif bir ideoloji geliştirmenin zorlukları, eleştirel teorinin karşılaştığı temel sorunlardan biridir. Kellner'in (1984: 153) belirttiği üzere, Frankfurt Okulu için eleştirel teorinin amacı, mevcut toplumsal düzeni meşrulaştıracak pozitif bir ideoloji üretmek değil, toplumsal tahakkümün farklı biçimlerini eleştirel bir perspektifle analiz etmektir.

Frankfurt Okulu düşünürleri, pozitivist bilimsel bilgiyi yüceltirken toplumsal eleştiriye göz ardı ettiğini savunmuşlardır. Adorno ve Horkheimer'a göre, pozitivist yaklaşım, toplumsal olguları doğa bilimleri gibi ele alarak, toplumun tarihsel ve kültürel boyutlarını ihmal etmektedir. Bu eleştirel bakış açısı, bilginin toplumsal koşullardan bağımsız olmadığını ve bilimsel nesnellik iddiasının ideolojik bir yanılsama olabileceğini vurgulamaktadır (Geuss, 2002: 41-43). Eleştirel teorinin epistemolojik temelleri, Horkheimer'in Geleneksel ve Eleştirel Teori (2002: 329) makalesinde ayrıntılı bir şekilde tartışılmıştır. Bronner'in (2011: 18) belirttiği gibi, Horkheimer için eleştirel teori, geleneksel teorinin aksine, toplumsal gerçekliği yalnızca betimlemekle kalmaz, aynı zamanda bu gerçekliğin dönüştürülmesine katkıda bulunmayı amaçlar.

Frankfurt Okulu düşünürleri için insanın deneyimleri ve bilinç durumu son derece önemlidir. Horkheimer ve Adorno gibi isimler, toplumu toplumsal bir hayal kırıklığı ve ayrışma olarak gördüler. Eleştirel teori, bireylerin deneyimlerinin ve bilinçlerinin, üretim ve tüketim ilişkileri üzerindeki baskılardan nasıl etkilenebileceğini ortaya koymaya çalıştı (Bilić, 2023; Roth, 2023). Adorno'nun *Minima Moralia* (2005: 43) eserinde vurguladığı gibi, eleştirel teorisinin amacı, "yanlış hayatın doğru yaşanamayacağı" bir dünyada, doğru yaşamın olanaklarını keşfetmektir. Bu bağlamda, kültür endüstrisinin kavramı, kültürel ürünlerin ticarileşmesi ve toplumsal etkileri üzerine önemli tartışmalar başlatmıştır. Adorno ve Horkheimer'in eserleri, kültürün nasıl bir denetim aracı haline geldiğini ve bireylerin içselleştirilmiş düşünce kalıplarına nasıl kapıldığını gösterir (Murtola, 2014; Boucher, 2021).

Toplumların kendilerine özgü yaşam tarzları, onların kültürel ve estetik değerlerini şekillendirmekte ve bu değerler taşınabilir kültürel ürünlerde somut biçimde kendini göstermektedir. Bu yerel nitelikli eserler, ülkelerin bölgesel kültür özelliklerinin tanıtımında ve ilgi çekmesinde önemli rol oynamaktadır (Kandemir & Nas, 2022: 3747). Ancak küreselleşen dünyada, yerel kültürel değerlerin yerini giderek standartlaşmış, endüstriyel üretimin ürünleri almakta ve bu durum kültürel kimliğin dönüşümünde önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrisi eleştirisi, günümüz tüketim toplumunun analizinde hala güncelliğini korumaktadır. Özellikle küreselleşme süreciyle birlikte kültürel ürünlerin standartlaşması ve metalaşması, okulun öngördüğü biçimde gerçekleşmektedir.

Barbie kültürünün tüketim kültürü üzerindeki etkisi, Frankfurt Okulu'nun eleştirel teorisiyle analiz edildiğinde, kitle kültürünün metalaştırıcı dinamiklerini ve toplumsal yapı üzerindeki etkilerini daha derinlemesine inceleme fırsatı sunar. Theodor Adorno ve Max Horkheimer'in kavramlarını temel alarak, Barbie'nin yalnızca bir oyuncak değil, aynı zamanda ideolojik bir araç olarak nasıl işlev gördüğünü anlamak mümkündür. Kültür endüstrisi, bireylerin tüketim alışkanlıklarını şekillendirirken, aynı zamanda onların düşünce ve davranış kalıplarını da etkilemektedir. Bu süreçte kültürel ürünler, sadece ekonomik değer taşıyan metalar olarak değil, aynı zamanda toplumsal değerleri ve kimlikleri biçimlendiren araçlar olarak işlev görmektedir. Bu çalışmada, Barbie fenomeninin tüketim kültürü üzerindeki etkisi, Frankfurt Okulu'nun teorik çerçevesi kullanılarak incelenecek ve özellikle 2023 yapımı Barbie filminin kültürel ve toplumsal yansımaları analiz edilecektir.

Barbie'nin Tarihsel Gelişimi: Ruth Handler'dan Günümüze

Barbie'nin doğuşu, dönemin sosyal ve kültürel dinamikleriyle şekillenmiş, aynı zamanda bu dinamikleri yeniden tanımlamış bir süreçtir. Ruth Handler, Xie'nin (2023: 228) belirttiği gibi, Mattel'in kurucu ortaklarından biri olarak, kızların geleneksel oyun kalıplarını aşarak hayallerini ve kariyer hedeflerini daha geniş bir perspektifle hayal etmelerine olanak sağlayacak bir figür yaratmayı amaçladı. 1959'da Barbie'nin piyasaya sürülmesi, geleneksel kadın rollerine sıkışmış oyuncak bebek anlayışına bir meydan okumaydı. Bu noktada, Barbie sadece bir oyuncak değil, aynı zamanda toplumsal cinsiyet rolleri ve kadınların toplumdaki konumuyla ilgili daha geniş bir tartışmanın da başlangıcı oldu.

Handler'ın bu vizyonu, Barbie'nin kariyer odaklı kimliği ve çeşitli yaşam tarzlarıyla şekillenmiş bir kültürel simgeye dönüşmesini sağlamıştır. Barbie, hem kız çocuklarının hayal gücünü besleyen bir oyuncak hem de dönemin değişen sosyal değerlerini yansıtan bir fenomendi. Handler'ın yenilikçi yaklaşımı, sadece oyuncak endüstrisinde değil, aynı zamanda toplumsal cinsiyet algısında da etkili olmuştur. Barbie'nin bu yönü, Li'nin (2024: 35) de belirttiği gibi, modern oyuncak pazarında benzersiz bir yere sahip olmasını sağlamıştır.

Bu süreç, Adorno ve Horkheimer'ın (2014: 162-163) kültür endüstrisi analizinde belirttiği gibi, kültürel ürünlerin standardizasyonu ve metalaşması sürecinin tipik bir örneğidir. Yazarlar, kültür endüstrisinin bireylerin düşünce ve davranışlarını şekillendirirken, onları sistemin pasif alıcıları haline getirdiğini vurgular.

Barbie'nin tasarımı ve pazarlama stratejileri, oyuncak bebeğin başarısını ve kültürel etkisini şekillendiren kritik unsurlardır. İlk tasarım, genç kızlara hitap edecek şekilde idealize edilmiş güzellik standartlarını yansıtan ince bir silüet, dikkat çekici kıyafetler ve ayrıntılı aksesuarlarla şekillendirildi. Pazarlamada ise Barbie'nin cazibesi, özellikle kadın tüketicilere hitap eden reklam kampanyalarıyla güçlendirildi. Pembe ve pastel tonların hâkim olduğu bir renk paleti, Barbie markasını kadınlık ve zarafetle özdeşleştirirken, bu görsel estetik markanın akılda kalıcılığını artırdı (Lipowska & Łada-Maško, 2021: 11).

Barbie'nin kariyer odaklı kimliğinin evrimi, oyuncak bebeğin zamanla sadece bir moda ikonu değil, aynı zamanda toplumsal cinsiyet rolleri konusundaki tartışmalarda önemli bir figür haline gelmesini sağladı. Astronot, doktor, mühendis ve hatta başkan gibi çeşitli mesleklerdeki Barbie tasarımları, kadınların yeteneklerine dair algıları genişletirken, değişen toplumsal tutumların bir yansıması oldu (Klamer, 2023: 6). Barbie'nin bu dönüşümü hem toplumun mevcut değerlerini yansıtarak hem de bu değerleri sorgulatarak, toplumsal cinsiyet rollerine yönelik farkındalığı artıran bir katalizör görevi gördü.

Barbie'nin yapımında kullanılan malzemeler hem oyuncak bebeğin estetik çekiciliğine hem de kimliğine katkıda bulunmuştur. İlk Barbie bebekleri, detaylı tasarımlara ve canlı renklere olanak tanıyan, esnek ve dayanıklı bir malzeme olan polivinil klorürden (PVC) üretilmiştir (Macchia vd., 2022: 2). Bu malzeme, Barbie'nin fiziksel görünümünü ve dokusunu şekillendirmekle kalmamış, aynı zamanda uzun ömürlü ve dikkat çekici bir oyuncak olmasını sağlamıştır.

Ancak PVC kullanımı, çevresel etkileri nedeniyle zamanla tartışmalı hale gelmiştir. Rome (2024: 2), artan çevresel farkındalığın oyuncak endüstrisinde sürdürülebilirlik uygulamalarını teşvik ettiğini ve Barbie gibi ikonik ürünlerin, çevre dostu malzemelere geçişte dikkat çekici bir örnek haline geldiğini belirtmiştir. Bu dönüşüm, yalnızca bir ürün geliştirme stratejisi değil, aynı zamanda oyuncak sektöründe toplumsal sorumluluğun bir ifadesi olarak değerlendirilebilir. Özellikle sürdürülebilir tasarım konusundaki yaklaşımlar, sanat ve tasarımla ilgili yenilikçi projelerde olduğu gibi, yaratıcı süreçleri dönüştürebilir.

Barbie'nin çocukların sosyalleşmesi ve kimlik gelişimi üzerindeki etkisi, oyuncak bebeğin kültürel önemini ve tartışmalı yönlerini daha da derinleştirir. Barbie, bir yandan kariyer çeşitliliği ve yaşam tarzlarını teşvik ederek genç kızlara ilham kaynağı olurken, diğer

yandan beden imajı ve güzellik idealleriyle ilgili eleştirilerin hedefi haline gelmiştir. Nesbitt ve arkadaşlarının (2019: 13) çalışması, Barbie bebeklerle erken yaşta etkileşimin, kız çocuklarının ince bir bedeni idealize etmesine ve bu ideali içselleştirmesine yol açabileceğini ortaya koymuştur. Benzer şekilde, Boytchev (2023: 1), Barbie'nin geleneksel güzellik standartlarını yansıtan tasarımının, bazı durumlarda genç kızların benlik saygısını olumsuz etkileyebileceğini belirtmiştir.

Barbie'nin çeşitli rollerde ve kariyerlerde canlandırılması ise, bu ikili doğaya karşı bir denge sağlama girişi olarak değerlendirilebilir. Yakalı'nın (2023: 199) vurguladığı gibi, Barbie'nin farklı kültürlerden, beden tiplerinden ve yaşam deneyimlerinden kadınları temsil etmeye yönelik evrimi hem oyuncak endüstrisinde hem de toplumda kadın figürlerinin daha gerçekçi ve kapsayıcı bir şekilde tasvir edilmesi çağrısına yanıt vermiştir. Bu çaba, Barbie'nin yalnızca bir oyuncak olarak değil, aynı zamanda kültürel tartışmaların bir aracı olarak da önemini sürdürmesini sağlamaktadır.

Barbie'nin tarihsel gelişimi, Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrisi kavramı çerçevesinde değerlendirildiğinde, oyuncak endüstrisinin nasıl kültürel değerleri metalaştırdığını açıkça göstermektedir. Adorno'nun *Kültür Endüstrisi Yeniden Düşünüyor* (1991: 101) makalesinde belirttiği gibi, "Her ürün bireysel bir hava yaratır; bireyselliğin kendisi ideolojiyi güçlendirir, tamamen şeyleşmiş ve dolaylı olanın doğrudanlık ve yaşamdan bir sığınak olduğu yanılsamasını yaratır." Barbie'nin çeşitli versiyonlarının üretimi ve pazarlanması tam da bu şekilde işler; her yeni Barbie modeli, bireysellik ve özgünlük yanılsaması yaratırken, aslında standartlaştırılmış tüketim kalıplarını pekiştirir. Başlangıçta kadın güçlenmesini teşvik etme amacıyla tasarlanan bir oyuncak, zamanla tüketim kültürünün merkezi figürlerinden birine dönüşmüştür. Bu dönüşüm sürecinde Barbie, bir yandan toplumsal değişimi yansıtırken, diğer yandan bu değişimi belirli bir tüketim kalıbı içinde standardize etmiştir. Özellikle küreselleşme süreciyle birlikte Barbie, yerel kültürel farklılıkları da kapsayacak şekilde genişlerken, aslında bu farklılıkları tek tip bir tüketim kültürü içinde eritmiştir. Her ne kadar farklı kültürleri temsil eden Barbie'ler üretilse de bunlar aynı tüketim mantığı içinde pazarlanmış ve standardize edilmiş bir çeşitlilik sunmuştur. Bu durum, kültür endüstrisinin farklılıkları nasıl metalaştırdığının ve tüketim kültürüne entegre ettiğinin çarpıcı bir örneğidir.

Barbie'nin kültürel önemi, yalnızca bir oyuncak olmanın ötesine geçerek toplumsal değerlerin, kimliklerin ve güçlenme kavramlarının yansıdığı bir sembol haline gelmiştir. Özellikle farklı etnik kökenleri, vücut tiplerini ve yaşam deneyimlerini temsil eden Barbie bebeklerin piyasaya sürülmesi, kapsayıcılık ve temsile yönelik önemli bir adım olarak kabul edilmektedir (Mishra ve Bakry, 2021; Shah, 2020). Bu evrim, oyuncak endüstrisinde normları sorgulayan ve yeniden şekillendiren daha geniş feminist hareketlerle uyumlu bir değişimin parçasıdır. Zheng'in (2024: 226) belirttiği gibi, Barbie'nin çeşitlilik ve kapsayıcılık çabaları, oyuncak sektöründeki toplumsal ilerlemelerin bir yansıması olmuştur.

Barbie'nin zaman içinde daha kapsayıcı bir figüre dönüşmesi, farklı kadınlık deneyimlerinin görünür hale gelmesini sağlamış olsa da eleştirmenler bu değişimin yalnızca pazarlama stratejisi mi yoksa toplumsal sorumluluk bilinciyle mi yapıldığını sorgulamıştır. Ayrıca, Barbie'nin estetik standartlarının hala belirli bir güzellik algısını yansıttığını düşünenler, daha radikal bir temsil anlayışına ihtiyaç duyulduğunu ileri sürmektedir.

Son yıllarda “Kıvrımlı Barbie” ve “Farklı Barbie” gibi oyuncak bebeklerin tanıtılması, Barbie'nin geleneksel güzellik standartlarına yönelik eleştirileri ele alma çabalarının somut bir örneğidir. Bu girişimler, oyuncakların yalnızca eğlence aracı olmadığını, aynı zamanda çocukların kimlik algısını ve toplumsal normlarla ilişkisini şekillendiren önemli araçlar olduğunu kabul etmektedir. Shah'ın (2020: 997) vurguladığı gibi, farklı vücut tiplerini, etnik kökenleri ve özellikleri yansıtan Barbie bebeklerin piyasaya sürülmesi, kapsayıcılık ihtiyacını gidermeye yönelik artan bir toplumsal farkındalığın göstergesidir.

Barbie'nin çeşitlilik ve kapsayıcılık adına geçirdiği dönüşüm, Frankfurt Okulu'nun sahte bireyselleştirme kavramı açısından da değerlendirilebilir. Farklı kültürleri, meslekleri ve beden tiplerini temsil eden Barbie'ler, görünürde bir çeşitlilik sunarken, aslında tüketim kültürünün temel mantığını değiştirmemektedir. Her yeni Barbie versiyonu, farklı bir kimliği temsil ediyor gibi görünse de özünde aynı tüketim kalıplarını ve pazarlama stratejilerini sürdürmektedir. Bu durum, kültür endüstrisinin farklılıkları nasıl standartlaştırarak pazarladığının ve gerçek bireyselliği nasıl simüle ettiğinin göstergesidir.

Rome'nın (2024: 2) belirttiği üzere, bu değişim, çocuklara oynadıkları oyuncaklarda kendilerini görme şansı tanıyarak benlik algısını olumlu yönde etkilemeyi hedeflemektedir. Ayrıca, Tang (2023: 570), bu çeşitlilik hamlelerinin yalnızca genç kızları güçlendirmekle kalmayıp, aynı zamanda uzun süredir Barbie ile ilişkilendirilen geleneksel güzellik standartlarına meydan okuma potansiyeline de dikkat çeker. Bu tür bebeklerin tanıtılması, oyuncak endüstrisinde daha kapsayıcı bir standart oluşturma yanı sıra, genç nesillerin çeşitliliği bir norm olarak görmesine katkıda bulunmaktadır.

Frankfurt Okulu Perspektifinden Tüketim Kültürü Analizi

Adorno ve Horkheimer'a göre (2014: 167), kültür endüstrisi yalnızca eğlence sağlamakla kalmaz; aynı zamanda tüketim toplumunun normlarını pekiştirmek ve ekonomik düzeni sürdürebilmek için tasarlanır. Bu bağlamda Barbie fenomeni, kültür endüstrisinin işleyiş mekanizmalarını gösteren çarpıcı bir örnek sunar. Adorno'nun kültür endüstrisi analizinde (1991: 24), 'Sanat eserleri meta haline gelip bu şekilde tüketilirken, tüketim toplumunda metanın kendisi de imge, temsil ve gösteri haline gelmiştir. Kullanım değeri, ambalaj ve reklamla yer değiştirmiştir. Sanatın metalaşması, metanın estetikleştirilmesiyle sonuçlanır. Metanın siren şarkısı, bir zamanlar burjuva sanatının vaat ettiği mutluluk vaadinin (promesse de bonheur) yerini almıştır ve tüketici Odysseus, tatmin bulmayı umarak ama bulamayarak mutlulukla metalar denizine dalar.

Adorno ve Horkheimer, kültür endüstrisinin, bireylerin ihtiyaçlarını manipüle ederek kitleleri homojenleştirdiğini ve bu süreçte özgün düşüncüyü bastırarak tüketim odaklı bir yaşam tarzını teşvik ettiğini savunmuşlardır. Barbie kültürü de bu bağlamda, toplumsal cinsiyet normlarının ve güzellik ideallerinin pazarlanabilir bir forma dönüştürülmesiyle bu eleştiriyi destekler niteliktedir. Barbie'nin imajı, bir taraftan bireylerin idealize edilmiş hayat tarzlarına özlem duymasını sağlarken, diğer taraftan bu özlemleri sürekli bir tüketim döngüsüyle destekleyen bir ekonomik sistemin parçası haline gelir.

Barbie kültürü, Frankfurt Okulu perspektifinden bakıldığında, toplumsal normların yeniden üretildiği bir platform olarak görülür. Ancak bu süreç, sadece bireylerin tüketim kalıplarını etkilemekle kalmaz; aynı zamanda eleştirinin kendisini de tüketilebilir bir meta haline getirebilir. Barbie'nin medya ve pazarlama aracılığıyla sunduğu bu karmaşık yapı, tüketim kültürünün birey üzerindeki etkilerini anlamak ve sorgulamak için güçlü bir örnek teşkil eder.

Frankfurt Okulu düşünürlerinden Herbert Marcuse'un "sahte ihtiyaçlar" kavramı, Barbie fenomeninin tüketim kültürü üzerindeki etkisini anlamak için önemli bir teorik çerçeve sunar. Marcuse'a göre, modern toplumda bireyler, gerçek ihtiyaçlarının ötesinde, sistem tarafından yaratılan yapay ihtiyaçlarla kuşatılmıştır. Barbie dünyası da benzer şekilde, sürekli yenilenen koleksiyonlar, aksesuarlar ve yaşam tarzı ürünleriyle bu sahte ihtiyaçları besler. Her yeni Barbie versiyonu, yeni bir yaşam tarzı vaadi sunarken, aslında tüketim döngüsünü sürdüren yapay ihtiyaçlar yaratır. Bu süreçte bireyler, özellikle genç kızlar, kendilerini gerçekleştirmenin yolunu tüketim üzerinden tanımlamaya başlar.

Barbie fenomeninin yarattığı "tek boyutlu" tüketim kültürü, Frankfurt Okulu'nun eleştirel teorisinin öngördüğü biçimde, bireylerin eleştirel düşünce kapasitesini sınırlar. Oyuncak endüstrisi, farklı Barbie versiyonlarıyla görünürde bir çeşitlilik sunarken, aslında tek tip bir tüketim mantığını dayatır. Bu durum, bireylerin alternatif yaşam tarzları ve değerler üzerine düşünme kapasitesini kısıtlar. Özellikle çocuklar için tasarlanan bu ürünler, erken yaşlardan itibaren tüketim odaklı bir dünya görüşünün içselleştirilmesine katkıda bulunur.

Barbie'nin başlangıçta kadınlık ideallerini dönüştürme potansiyeli taşıyan bir figür olarak tanıtılması, 1950'lerin sonlarının toplumsal bağlamında dikkat çekici bir yenilikti. Ruth Handler'ın, Barbie'yi genç kızlara geleneksel cinsiyet rollerinin ötesinde rol modeller sunmak amacıyla tasarlaması, o dönemde gelişmekte olan feminist hareketlerin toplumsal dönüşüm arzusuyla örtüşüyordu (Li, 2024: 40). Barbie, kariyer odaklı bir figür olarak, kadınların toplumdaki rollerini genişletme çabalarının bir yansıması olarak kabul edilebilirdi.

Ancak, Frankfurt Okulu'nun eleştirel teorisiyle bu durum incelendiğinde, Barbie'nin toplumsal ilerleme sembolü olarak algılanmasının daha karmaşık bir yapıya sahip olduğu görülür. Adorno ve Horkheimer'a göre, kültür endüstrisi, devrimci potansiyele sahip idealleri metalaştırarak onları hem ticarileştirir hem de etkisizleştirir. Bu bağlamda, Barbie'nin kariyer odaklı bir figür olarak konumlandırılması, kadınların güçlenmesi için bir araç olarak görülmekten ziyade, tüketim kültürünün ihtiyaçlarına hizmet eden bir ürün haline gelebilir.

Fedina ve arkadaşlarının (2021: 1061) belirttiği gibi, bu metalaştırma süreci, güçlendirici ideallerin anlamını sulandırarak onları bireylerin gerçek dönüşümünü sağlayacak birer araç olmaktan çıkarabilir. Barbie'nin kariyer odaklı tasvirleri, bir yandan toplumsal cinsiyet rolleriyle ilgili yeni tartışmalara alan açarken, diğer yandan bu tartışmaları birer ticari ürün haline getirerek tüketim kültürünün sınırları içinde tutar.

Bu çelişki, Barbie'nin tarihindeki temel bir gerilimi ortaya koyar: Barbie, kadınlık ideallerini dönüştüren bir figür mü, yoksa bu idealleri pazarlanabilir ve tüketilebilir bir forma dönüştüren bir araç mı? Bu sorunun yanıtı, Barbie'nin kültürel ve ticari etkisinin eleştirel

bir gözle değerlendirilmesini gerektirir.

2023 Barbie Filmi ve Kültürel Etkisi

2023 yapımı *Barbie* filmi, Barbie kültürünün evriminde önemli bir dönüm noktası olarak dikkat çekerken, cinsiyet temsili ve tüketimcilik üzerine tartışmaları yeniden gündeme taşıdı. Film, Barbie'yi hem güçlenmenin bir sembolü hem de kapitalist metalaşmanın bir ürünü olarak sunarak, bu figürün tarihindeki ikiliği derinlemesine inceliyor (Li, 2024: 40). Feminist temaların tüketim kültürünün gerçekleriyle harmanlandığı anlatı, Barbie'nin bir oyuncaktan çok daha fazlası olduğunu, modern toplumsal normlar ve ekonomik dinamiklerle iç içe geçmiş bir kültürel ikon haline geldiğini gözler önüne seriyor.

Bu ikili doğa, Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrisi eleştirisiyle uyumlu bir analiz sağlar. Adorno ve Horkheimer'in belirttiği gibi, kültürel ürünler yalnızca eğlence sağlamakla kalmaz; aynı zamanda tüketim toplumunun normlarını pekiştirmek ve ekonomik düzeni sürdürebilmek için tasarlanır. Barbie filmi, bu eleştiriyi görselleştiren bir araç olarak, Barbie'nin kapitalist bir meta olmasının ötesinde bir güçlenme hikayesi sunduğunu iddia eden bir anlatı inşa eder. Ancak bu güçlenme anlatısı da tüketim süreçleri aracılığıyla sunulduğu için, kendi içinde bir çelişki barındırır.

Barbie filmi de benzer şekilde, feminist eleştiriyi ana akım eğlence formatında sunarak, eleştirel potansiyeli olan bir mesajı tüketilebilir bir ürüne dönüştürür. Bu dönüşüm, Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrisinin eleştirel düşüncüyü nasıl ehlileştirdiğine dair analizini doğrular niteliktedir.

Filmin medya kültürü içindeki konumu, toplumsal değişim ve kültürel metalaşma arasındaki gerilimi yansıtır. Bir yandan toplumsal cinsiyet rolleri ve güzellik standartları hakkında eleştirel bir söylem geliştirirken, diğer yandan bu eleştiriyi Hollywood'un ticari formatına uyarlayarak pazarlanabilir bir ürüne dönüştürür. Bu durum, Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrisinin muhalif sesleri nasıl sisteme entegre ettiğine dair gözlemlerini destekler.

İzleyiciler artık yalnızca kültürel ürünlerin pasif alıcıları değil; aynı zamanda onları çevreleyen tartışmalara aktif olarak katılan bireylerdir (Wang, 2024: 14). Ancak bu katılım da kültür endüstrisinin mantığı içinde gerçekleşir; eleştirel düşünce ve toplumsal tartışma, tüketim pratiklerinin bir parçası haline gelir.

Özetle, *Barbie* filmi, tüketim kültürü ile toplumsal güçlenme arasındaki karmaşık ilişkiye dair önemli bir diyalog başlatmıştır. Film, Barbie'nin kültürel ikon statüsünü pekiştirirken, aynı zamanda tüketimcilik ve feminizmin kesişim noktalarını sorgulamaya davet eden bir eleştiri sunar. Frankfurt Okulu'nun perspektifinden bakıldığında, bu eleştirinin kendisi de kültür endüstrisinin bir ürünü haline gelerek, sistemin kendini yeniden üretme kapasitesini gösterir.

Barbie'nin Temsil ve Kimlik Politikaları

2023 yapımı *Barbie* filmi, kadınların medyada temsili ve bu tasvirlerin tüketim kültürüne olan etkileri hakkında yeni bir tartışma başlatmaktadır. Frankfurt Okulu'nun kitle iletişim araçlarına yönelik eleştirisi, bu bağlamda anlamlı bir çerçeve sunar. Adorno ve Horkheimer, medyanın baskın ideolojileri pekiştirirken genellikle marjinalleşmiş sesleri dışladığını savunurlar (Günek, 2022: 732). Bu perspektiften bakıldığında, filmin çeşitlilik ve beden imajı gibi konuları ele alma çabası, Barbie markasına yöneltilen uzun soluklu eleştirilere bir yanıt olarak okunabilir.

Mattel'in daha kapsayıcı bir oyuncak bebek yelpazesi ve anlatılar sunma girişimi, markanın çağdaş feminist söylemlerle uyum sağlamaya yönelik bir stratejisi olarak değerlendirilebilir (Wang, 2024: 14). Bu hem kültürel hem de ticari açıdan, Barbie'nin geçmişte eleştirilen yönlerini dönüştürmeyi ve daha geniş bir tüketici tabanına ulaşmayı amaçlayan bir adım olarak öne çıkar. Ancak bu tür temsillerin gerçek dönüşüm sağlayıp sağlamadığı veya sadece mevcut tüketim kalıplarını yeniden ürettiği sorusu gündeme gelmektedir.

Frankfurt Okulu'nun eleştirisi, bu noktada önemli bir soruyu tartışmaya açar: Barbie gibi kültürel ürünler, toplumsal normlara meydan okuyarak gerçek bir değişim mi sağlıyor, yoksa bu normları metalaştırıp daha kabul edilebilir kılarak statükoyu güçlendirmeye mi hizmet ediyor? Film, bu ikiliği yansıtarak hem tüketim kültürünün bir ürünü hem de toplumsal değişim taleplerine bir yanıt olarak değerlendirilmelidir.

Barbie'nin temsil biçimleri, Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrisi eleştirisinin çağdaş bir örneği olarak görülebilir. Adorno'nun kültür endüstrisi eleştirisinde (1991: 103) vurguladığı gibi, "Kültür endüstrisinin en iddialı savunması, onun ruhunu, güvenle ideoloji olarak adlandırılabilir şeyi, bir düzenleme faktörü olarak kutlar. Sözde kaotik bir dünyada insanlara yönelim için standartlar sağlar ve bu tek başına onaylanmaya değer görünür. Ancak savunucularının kültür endüstrisi tarafından korunduğunu hayal ettiği şey, aslında onun tarafından daha da kapsamlı bir şekilde yok edilir." Barbie filmi de benzer şekilde, feminist eleştiriye ana akım eğlence formatında sunarak, eleştirel potansiyeli olan bir mesajı tüketilebilir bir ürüne dönüştürür. Çeşitlilik ve kapsayıcılık gibi toplumsal taleplerin, tüketim kültürü içinde nasıl metalaştırıldığını gösterir. Bu süreçte marjinalleşmiş grupların sesleri ya göz ardı edilir ya da mevcut yapıya entegre edilerek etkisizleştirilir. Film, kapsayıcılık ve güçlenme mesajları taşısa da bu mesajların ticarileştirilmesi, Horkheimer ve Adorno'nun (2002) öngördüğü gibi, bireylerin toplumsal yapıyı sorgulamak yerine mevcut tüketim döngüsüne katılmalarını teşvik edebilir.

Dolayısıyla, Barbie'nin medya temsilleri ve bunların tüketim kültürüne etkileri hem olumlu hem de eleştirel bir şekilde değerlendirilmelidir. Çeşitlilik ve kapsayıcılık gibi temaların işlenmesi önemli bir adım olsa da bu çabaların ne ölçüde toplumsal dönüşüm sağladığına dair eleştirel bir analiz yapılması gereklidir. Bu analiz, kültürel ürünlerin hem bir meydan okuma hem de bir pazarlama stratejisi olarak nasıl işlev gördüğüne dair daha geniş bir tartışmaya kapı aralamaktadır.

Adorno ve Horkheimer'ın (2014: 214-215) belirttiği gibi, kültür endüstrisi bireylerin özerkliğini tehdit ederken, onları standardize edilmiş tüketim kalıplarına hapsetmektedir.

Dijital Çağda Barbie: Pazarlama Stratejileri ve Tüketim Kültürü

Barbie'nin 2023 yapımı filminin yayınlanmasıyla kullanılan pazarlama stratejileri, tüketim kültürünün dinamiklerini anlamak için önemli bir çerçeve sunmaktadır. Sosyal medya ve influencer pazarlama gibi dijital araçların kullanımı, Barbie'nin çağdaş kültürdeki konumunu güçlendirirken, tüketicilerle olan ilişkisini daha da kişiselleştirilmiş ve etkileşim odaklı bir hale getirmektedir. Wang (2024: 14) gibi araştırmacılar, bu değişimin markaların tüketicilerle kurduğu bağları güçlendirdiğini ve etkileşimli bir tüketim ortamı yarattığını belirtmektedir.

Adorno ve Horkheimer'ın savunduğu gibi, kültür endüstrisi tüketim davranışlarını yönlendiren ideolojik bir araçtır. Barbie'nin modern pazarlama teknikleriyle dijitalleşmesi, bu savı doğrular niteliktedir; çünkü bu süreç, tüketici davranışlarını yalnızca izlemekle kalmayıp, aynı zamanda onları doğrudan etkilemek için tasarlanmıştır.

Barbie filminin karşılanışı, nostaljinin çağdaş tüketim kültürü üzerindeki etkisini güçlü bir şekilde ortaya koymaktadır. Barbie, uzun yıllardır tüketicilerin çocukluk anıları ve kültürel nostaljiyle ilişkilendirdiği bir marka olarak, duygusal bağların oluşturulmasında etkili bir araç olmuştur (Aydemir, 2024: 158). Frankfurt Okulu'nun eleştirel teorisi, kitle kültürünün nostaljiyi nasıl metalaştırdığına odaklanır ve bu duyguyu, tüketicilerin ürünlere olan bağlılığını artıran bir pazarlama aracı haline getirdiğini savunur (Fedina vd., 2021: 1061).

Film, kimlik ve benlik algısını ele alarak bireysellik ve kendini ifade etme etrafındaki toplumsal eğilimlerle derin bir uyum içinde bir anlatı sunuyor. Ancak Frankfurt Okulu'nun eleştirisine göre, kitle kültürü bireyciliği teşvik ederken sıklıkla kolektif kimliği zayıflatabilir ve toplum içinde yabancılaşmayı artırabilir (Güneş, 2022: 732). Barbie bağlamında, bireysellik arayışı, tüketim kültürünün özgünlükle bağlantılı kimliklerin oluşturulmasına nasıl aracılık ettiğini ortaya koymaktadır (Wang, 2024: 14).

Filmin güçlenme ve kendini kabul etme mesajı, tüketicilerin markalardan sosyal sorumluluk talebinin giderek arttığı bir dönemde, Barbie'nin bu taleplere bir yanıt olarak yeniden şekillendiğini göstermektedir. Barbie'nin evrimi, çağdaş tüketim kültüründe etik tüketime yönelik artan bir eğilimin altını çizmektedir (Aydemir, 2024: 158). Ancak, bu girişimlerin samimiyeti ve etkisi konusundaki sorular devam etmektedir. Markanın güçlenme ve kapsayıcılık temalarını kucaklaması, yalnızca anlamlı değişimler yaratmaya mı yoksa sosyal hareketleri metalaştırarak pazarlama stratejilerini zenginleştirmeye mi hizmet ettiği konusunda eleştirel bir değerlendirmeyi gerektirir (Fedina vd., 2021: 1061).

SONUÇ

Adorno'nun belirttiği gibi (1991: 100), "Kültür, gerçek anlamda, kendisini insan varlıklarına basitçe uyarlamaz; aynı zamanda her zaman insanların yaşadığı taşlaşmış ilişkilere karşı bir protesto yükseltir, böylece onları onurlandırır. Kültür bu taşlaşmış ilişkilere tamamen asimile edilip entegre olduğu ölçüde, insanlar bir kez daha alçaltılır." Barbie fenomeni, kültür endüstrisinin bu çelişkili doğasını mükemmel bir şekilde örnekler; bir yandan toplumsal cinsiyet rollerine meydan okuma potansiyeli taşıırken, diğer yandan bu meydan okumayı metalaştırarak etkisizleştirir. Adorno ve Horkheimer'a göre (2014: 162-163), kültür endüstrisi yalnızca eğlence sağlamakla kalmaz; aynı zamanda tüketim toplumunun normlarını pekiştirmek ve ekonomik düzeni sürdürebilmek için tasarlanır.

Barbie filmi, bireysel ve toplumsal kimliklerin kesişiminde bir diyalog başlatırken, aynı zamanda tüketim kültürü ve toplumsal değerler arasındaki karmaşık ilişkiyi de vurgulamaktadır. Film, özgünlük, kapsayıcılık ve güçlenme gibi kavramların çağdaş tüketim pratikleri içinde nasıl şekillendiğini ve kullanıldığını inceleyerek, kitle kültürünün toplumsal normları ve bireyleri etkileyen çok yönlü yapısını yeniden gözler önüne sermektedir.

Filmin Barbie'nin kültürel önemi üzerindeki etkisi, yalnızca tüketici davranışlarıyla sınırlı kalmaz, aynı zamanda toplumsal cinsiyet ve temsili şekillendiren toplumsal söylemleri de etkiler. Frankfurt Okulu'nun eleştirel teorisi, kültürün toplumsal değerler ve normlar üzerindeki etkisini vurgulayarak, Barbie gibi kültürel ürünlerin toplumsal cinsiyet algılarını hem yansıttığını hem de dönüştürebileceğini öne sürer (Güneş, 2022: 732). Filmin feminist temalarla etkileşimi ve çeşitlilik sunan karakterlerin canlandırılması, medyada cinsiyet eşitliği ve temsil üzerine devam eden tartışmalara katkıda bulunmuş ve Barbie'nin kültürel bir ikon olarak statüsünü pekiştirmiştir.

Barbie'nin doğuşu ve evrimi, tasarım, pazarlama, kültürel temsil ve toplumsal değerler gibi birden fazla boyutun kesişiminde gerçekleşen karmaşık bir süreçtir. İlk yıllarında genç kızların kariyer ve yaşam hayallerini beslemeyi amaçlayan bir oyuncak olarak tanıtılan Barbie, zamanla kapsayıcılık ve çeşitlilik odaklı bir sembole dönüşmüştür. Farklı etnik kökenleri, beden tiplerini ve yaşam tarzlarını temsil eden bebeklerin piyasaya sürülmesi, oyuncak endüstrisinde yeni standartlar belirlemiş ve daha geniş feminist hareketlerin bir yansıması olmuştur.

Dijitalleşme ile Barbie'nin dönüşümü, sosyal medya, animasyon filmleri ve diğer medya platformlarında yeni bir boyut kazanmıştır. Bu multimedya yaklaşımı, Barbie'nin hikayelerini geniş kitlelere ulaştırarak onun kültürel bir figür olarak etkisini pekiştirmiştir. Özellikle 2023 filminin pazarlama stratejileri, nostalji ve modern tüketim kültürünün kesişiminde önemli bir örnek oluşturmıştır. Film, geçmişe yönelik özlemi canlı tutarken, aynı zamanda çağdaş toplumsal meseleleri ele alarak kuşaklar arası bir diyalog başlatmayı başarmıştır.

Frankfurt Okulu'nun eleştirel teorisinin perspektifinden bakıldığında, Barbie'nin hem tüketim kültürünün bir ürünü hem de toplumsal değişim için bir katalizör işlevi gördüğü anlaşılmaktadır. Filmin anlatımı ve pazarlama stratejileri, çağdaş kültürde özgünlük, temsil ve sosyal katılımın önemini vurgulayarak, tüketici davranışındaki daha geniş eğilimleri yansıtmaktadır. Sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk temaları, markanın modern tüketici beklentilerine uyum sağlama çabasını gösterirken, aynı zamanda bu girişimlerin samimiyeti ve etkisi üzerine eleştirel tartışmaları da beraberinde getirmektedir.

Barbie'nin kültürel önemi, zamanla tüketim kültürünün dinamikleri ve cinsiyet ile kimlik üzerine olan toplumsal söylemle iç içe geçerek gelişmeye devam etmektedir. Marcuse'un (1964: 57) belirttiği gibi, 'Teknolojik rasyonalite, politik rasyonaliteye dönüşmüştür'; bu bağlamda Barbie'nin teknolojik üretimi ve pazarlanması, yalnızca bir oyuncak üretim süreci değil, aynı zamanda belirli toplumsal değerleri ve güç ilişkilerini normalleştiren politik bir süreç haline gelmiştir. Barbie'nin üretim teknolojisi, görünüşte tarafsız ve verimlilik odaklı gibi görünse de, aslında belirli güzellik standartlarını, tüketim kalıplarını ve toplumsal cinsiyet rollerini yeniden üreten ideolojik bir araç işlevi görmektedir. Frankfurt Okulu'nun eleştirel teorisi, popüler kültür ürünlerinin nasıl hem özgülleştirici

hem de kısıtlayıcı olabileceğini anlamamıza yardımcı olur. Oyuncak endüstrisinin ve kültürel tartışmaların bir parçası olarak, Barbie'nin gelecekteki rolü, çeşitliliği, kapsayıcılığı ve toplumsal ilerlemeyi daha da destekleyecek biçimde şekillenebilir. Bu bağlamda, Barbie fenomeni, modern toplumda kültürel ürünlerin nasıl hem ticari başarıyı hem de toplumsal dönüşümü etkileyebileceğinin çarpıcı bir örneği olarak karşımıza çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

- Adorno, T. W. (1991). *Kültür endüstrisi: Kitle aldatmacası olarak aydınlanma. The culture industry: Selected essays on mass culture*, (çev.: J. M. Bernsteinss). London: Routledge.
- Adorno, T. W. (2005). *Minima moralia: Sakatlanmış yaşamdan yansımalar*, (çev.: O. Koçak & A. Doğukan). Metis Yayınları.
- Adorno, T. W. (2016). *Negatif diyalektik*, (çev.: Ş. Öztürk). İstanbul: Metis Yayınları.
- Adorno, T. W. & Horkheimer, M. (2010). *Aydınlanmanın diyalektiği*, (çev.: N. Ülner & E. Ö. Karadoğan). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Aydemir, E. (2024). Soft power in the concept of transculturation: Identity and universal identity legitimization and non-ethnocentric image. *Trames Journal of the Humanities and Social Sciences*, 28 (2): 157.
- Bilić, P. (2023). Frankfurt school legacy and the critical sociology of media: Lifeworld in digital capitalism. *Critical Sociology*, 50 (4-5): 615-628.
- Bottomore, T. (2002). *The Frankfurt School and its critics*. London: Routledge.
- Boucher, G. (2021). The Frankfurt school and the authoritarian personality: Balance sheet of an insight. *Thesis Eleven*, 163 (1): 89-102.
- Boytchev, H. (2023). Neuroscience or stealth marketing? Experts alarmed at free barbies for primary schools to teach social skills. *BMJ*, 20 (382):1672.
- Bronner, S. E. (2011). *Critical theory: A very short introduction*. London: Oxford University Press.
- Fedina, O., Ivanova, V. & Malenko, S. (2021). The phenomenon of mass culture as area of transmitting cultural codes.
- Gunderson, R. (2014). A defense of the 'grand hotel abyss'. *Acta Sociologica*, 58 (1): 25-38.
- Günek, A. (2022). Network approach in public diplomacy: A critical analysis in the context of mass society practices. *Erciyes İletişim Dergisi*, 9 (2): 729-746.
- Habermas, J. (1987). *Bilgi ve insan çıkarları*, (çev.: C. A. Kanat). Küyerel Yayınları.
- Habermas, J. (2001). *İletişimsel eylem teorisi*, (çev.: M. Tüzel). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Harris, N., García, J., & Ford, L. (2023). André gorz and contemporary Frankfurt school critical theory: Alienation, eco-socialism and post-productivism. *Journal of Classical Sociology*, 23 (2): 229-241.
- Held, D. (1980). *Introduction to critical theory: Horkheimer to Habermas*. USA: University of California Press.
- Horkheimer, M. (2002). *Geleneksel ve eleştirel teori. Eleştirel*, (çev.: O. Koçak) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Jay, M. (1973). *The dialectical imagination: A history of the Frankfurt School and the Institute of Social Research, 1923-1950*. Little, Brown and Company.

- Kandemir, M. (2025). Macaristan Kaloçsa nakışlarının hediyeelik eşya pazarındaki yeri. *Korkut Ata Türkiye Araştırmaları Dergisi*, (20): 375-397.
- Kandemir, M. & Nas, E. (2022). Macaristan halk işlemlerinde görülen karakteristik özellikler. *International Social Sciences Studies Journal*, 8 (104): 3747-3767.
- Kellner, D. (1984). *Herbert Marcuse and the crisis of Marxism*. USA: University of California Press.
- Kellner, D. (2005). Frankfurt school. <https://doi.org/10.4135/9781412952552.n111>
- Klamer, K. (2023). Analysis of barbie medical and science career dolls: Descriptive quantitative study. *BMJ*, (383): e077276.
- Li, Y. (2024). The 2023 Barbie and post-feminism: Narrative in hollywood movie industry. *Communications in Humanities Research*, 29 (1): 35-40.
- Lipowska, K. & Łada-Maško, A. (2021). When parents go shopping: Perspectives on gender-typed toys among polish mothers and fathers from big cities. *Children*, 8 (9): 744.
- Macchia, A., Biribicchi, C., Zaratti, C., Chiari, K., D'Ambrosio, M., Toscano, D., & Russa, M. (2022). Mattel's barbie: Investigation of a symbol—analysis of polymeric matrices and degradation phenomena for sixteen dolls from 1959 to 1976. *Polymers*, 14 (20): 4287.
- Marcuse, H. (1998). *Eros ve uygarlık* (çev.: A. Yardımlı). Ankara: İdea Yayınevi.
- Marcuse, H. (2010). *Tek boyutlu insan* (çev.: A. Yardımlı). Ankara: İdea Yayınevi.
- McCarthy, T. (1978). *The critical theory of Jürgen Habermas*. MIT Press.
- Mishra, S. ve Bakry, A. (2021). Social identities in consumer-brand relationship: The case of the hijab-wearing barbie doll in the united states. *Journal of Consumer Behaviour*, 20 (6): 1534-1546.
- Moir, C. (2017). Speculation, dialectic and critique: Hegel and critical theory in Germany after 1945. *Hegel Bulletin*, 38 (2): 199-220.
- Murtola, A. (2014). Experience, commodification, biopolitics. *Critical Sociology*, 40 (6): 835-854.
- Nesbitt, A., Sabiston, C., deJonge, M., Solomon-Krakus, S., & Welsh, T. (2019). Barbie's new look: Exploring cognitive body representation among female children and adolescents. *Plos One*, 14(6): e0218315.
- Regier, W., Wiggershaus, R. & Robertson, M. (1994). The Frankfurt school: Its history, theories, and political significance. *MLN*, 109 (5):
- Rome, E. (2024). Perspective: Barbie: Food for the soul or fanciful nostalgia?. *Advances in Nutrition*, 15 (3): 100182
- Roth, B. (2023). The welfare state between juridification and commodification: How the Frankfurt school gave up on:<https://doi.org/10.1017/elo.2023.39>
- Shah, S. (2020). 'Doll #135 with vitiligo': Are alopecia and vitiligo barbie worth the hype?. *Pediatric Dermatology*, 37 (5): 996-999.
- Stahl, T. (2017). Immanent critique and particular moral experience. *Critical Horizons*, 23 (1): 1-21.
- Susen, S. (2010). Remarks on the concept of critique in habermasian thought. *Journal of Global Ethics*, 6 (2): 103-126.
- Tang, K. (2023). Read the female values from the movie barbie. *Advances in Education Humanities and Social Science Research*, 7 (1): 569.

Wang, Y. (2024). Contemporary media's impact on society and culture. *Communications in Humanities Research*, 29 (1): 13-17.

Wiggershaus, R. (1995). *The Frankfurt School: Its history, theories, and political significance* (çev.: M. Robertson). MIT Press.

Xie, H. (2023). The research on the social media analytica model apply on barbie culture influences in society. *Communications in Humanities Research*, 20 (1): 228-237.

Yakalı, D. (2023). Barbie'nin toplumsal cinsiyet rollerinin dönüşümü: Barbie filmi üzerine bir inceleme. *Selçuk İletişim*, 16 (2): 198-222.

Zheng, Y. (2024). Barbie's influence on children's gender identity. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 7 (1): 226. <https://doi.org/10.56028/assehr.7.1.226.2023>

Zi, Y. (2023). The Frankfurt school's critique of mass culture. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 7 (1): 1. <https://doi.org/10.56028/assehr.7.1.1.2023>

Zou, Y. (2021). The Frankfurt school's critique of mass culture. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 7 (1): 1. <https://doi.org/10.56028/assehr.7.1.1.2023>

BABA-KIZ İLİŞKİSİNİN ANİMASYON FİLMLERİNDEKİ SUNUMU

Merve KAŞKAYA¹

Yusuf YÜCEL²

Gönderilme Tarihi / Submission Date: 14.02.2025 - Kabul Tarihi / Acceptance Date: 17.04.2025

DOI: 10.55055/mekcad.1639633

Kaşkaya, M. & Yücel, Y. (2025). Baba-kız ilişkisinin animasyon filmlerindeki sunumu. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi* 7 (1), 61-72. <https://doi.org/10.55055/mekcad.1639633>

ÖZ

Pek çok kitap ve filme konu olan baba-kız ilişkisinin animasyon filmlerindeki sunumu, izledikleri ile özdeşleşen ve taklit eden çocuklar için önemlidir. İleride ebeveynliğe adım atacak olan çocukların, anne-baba rollerini, gündelik yaşamla birlikte izlediklerinden de öğrenebileceği unutulmamalıdır. Bu çalışma, animasyon filmlerindeki baba ve kızları arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla yapıldığı için doküman analizi deseni kullanılmıştır. Çalışmada IMDb puanı 7'den yüksek ve güncel olan animasyon filmlerinden rastlantısal olarak iki film seçilmiştir (*Raya ve Son Ejderha*, *Ailem Robotlara Karşı*). Bu animasyon filmler beşer kez seyredilerek betimsel analize tabii tutulmuş ve elde edilen veriler, oluşturulan gözlem formuna kaydedilmiştir. Ortaya çıkan veriler ışığında baba ve kızları arasındaki ilişkinin sevgi, koruma/endişe, gurur duyma/takdir etme ve arkadaşlık başlıkları altında birleştiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Medya, Elektra Kompleksi, Çocuk.

THE PRESENTATION OF FATHER-DAUGHTER RELATIONSHIP IN ANIMATED FILMS

ABSTRACT

The presentation of the father-daughter relationship in animated films, which is the subject of many books and films, is important for children who identify with and imitate what they watch. It should not be forgotten that children who will step into parenthood in the future can learn the roles of parenthood from what they watch as well as daily life. Since this study was conducted to determine the relationship between fathers and daughters in animated films, document analysis pattern was used. In the study, two movies were randomly selected from the current animation movies with an IMDb score

¹ Bilim Uzmanı, merve.kkaskaya@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1995-5312

² Bilim Uzmanı, yusufyucel2324@gmail.com, ORCID: 0009-0002-6689-3457

higher than 7 (*Raya and the Last Dragon, My Family Against Robots*). These animated films were watched five times and subjected to descriptive analysis, and the data obtained was recorded in the observation form. In the light of the resulting data, it was seen that the relationship types between fathers and their daughters were grouped under the themes of love, protection/concern, pride/appreciation, and friendship.

Keywords: Media, Electra Complex, Child.

GİRİŞ

Baba-kız, anne-oğul ilişkisi yüzyıllardır konuşulan ve üzerinde durulan bir konudur. Babalar ve kızları, anneler ve oğulları arasında farklı bir bağ olduğu pek çok insan tarafından bilinen bir gerçektir. Hatta psikanalizin öncüsü olan Sigmund Freud, bu durumu Oedipus kompleksi olarak adlandırmıştır. Bu kompleksin kökleri; kız çocuğunun, babasında ve diğer erkeklerde bulunan penisten yoksun olduğunu keşfetmesine dayanır (Elkatawneh, 2013: 2). Küçük kız, bunu keşfetmesiyle birlikte kendini aşağı görerek bu durumdan annesini sorumlu tutar ve sevgi nesnesi olarak babasına yönelir (Storr, 2019: 67). Freud, benzer şekilde erkek çocuğun da cinsel dürtülerinin annesine kayıp babasını rakip olarak gördüğünü fark etmiştir (Kassebaum, 1986: 10). Oedipus kompleksi günlük yaşamda; anneyle babanın ortasına oturma, onları konuşurmama, onları dudaktan öpme, anne veya babanın giysilerini giyme, onlarla evlenme arzusu şeklinde gözlemlenir (Postacı, 2021: 95). Willner'e göre (1982:60) Freud bu kompleksin evrensel olduğunu ayrıca kız ve erkekler için ortak olduğunu ileri sürmüştür. Ancak Jung bunu reddederek Elektra kompleksi adlandırmasını yapmıştır (Jung, 2006:30). Elektra karmaşasına göre kız çocuğu, babaya çok düşkündür ve anneyi kendine rakip olarak görmektedir. Bu kompleks üzerine yapılmış çalışmalar da mevcuttur. Söz gelimi Topçu'nun (2017: 2) Aşk-ı Memnu romanı üzerine yaptığı çalışmaya göre, Bihter'in annesinden nefret edip bir o kadar da babasına bağlı ve kendisinden yaşça çok büyük olan Adnan Ziyagil ile evlenmesi onun Elektra kompleksi yaşamasına örnektir. Benzer şekilde Şarap ve Toz adlı kitap üzerine yapılan çalışmada Mariam'ın büyükbabasına olan aşkı Elektra kompleksi olarak yorumlanır (Raza & Tahir, 2019). Mustikaningrum'ın (2022: 48) Euphoria filmi üzerine yaptığı çalışma sonucunda da başrol karakter Cassie'nin de Elektra kompleksinin izlerini taşıdığı tespit edilmiştir. Zaten mitolojik bir detay olan ve komplekse adını veren Elektra'da da annenin, kocasını yani Elektra'nın babası Agamemnon'u öldürmesi üzerine Elektra, annesine düşman olur. Çünkü Elektra, babasına çok düşkündür (Jung, 2020: 35).

Antik Yunan Dönemi'ndeki Klasik Çağ'a dayanan ataerkillik, Fransız ihtilali ile birlikte zayıflamıştır (Liaudet, 2016: 21). Ataerkillik, babanın egemenliğini tanımlayan ve erkeklerin üstünlük kazandığı bir toplumsal düzendir (Berktaş, 2012: 62). Ataerkil düzende babalar daha baskın, sevgisini saklayan, mesafeli, her zaman güçlü olan ve hiç ağlamayan kişiler olarak bilinmektedir. Bozok (2018: 31) günümüz Türkiye'sinde babalığın geç saatlere kadar evin dışında, arabası ile gezen, istese de çocuklarına fazla yaklaşmayan, duygularını rahatça belli edemeyen, evde iş yapmayan, evin direği, ailenin reisi konumunda bir figür olduğunu belirtir. Medyada da baba figürünün hâlâ bu geleneksel yapıda verildiğini destekleyen çalışmalar mevcuttur (Özsoy & Taşdelen, 2016; Pehlivan, 2019; Duman & Koçtürk, 2021). Ancak babalık sunumunun farklılaştığını, değişen baba rollerine uygun olarak modernleşmeye başladığını öne süren araştırmalar da bulunmaktadır (Kurt & Ayaz, 2018; Deniz, 2021; Ercan, 2022). Babalık kıstası sevgi, çocukların günlük bakımı, onların bireysel mutluluğunu temin etmektir ve artık eskiden

olduğu gibi mutlak bir güç üzerine değil anneyle paylaşılan bir otorite üzerine kuruludur (Liaudet, 2016: 146).

Baba ve kızları üzerine yapılan çalışmalara bakıldığında bir Hint filmini konu edinen araştırmada babanın kızlarına olan sevgisi göze çarpmaktadır (Rajiva, 2010: 215). Ayrıca baba, geleneksel bir toplumda yaşamasına rağmen kızlarına baskın erkeklik tarzına özgün olmayan bir şefkat sergilemekte ve yeri geldiğinde ağlamaktadır. Mokkil'in (2020: 24) çalışmasında da babaların kızlarına sarıldığı ve onları koruduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bir diğer çalışmada da baba rollerinin değiştiğini, geçmişteki gibi olmadığını artık babaların iyi bir arkadaş olma, ev işlerinde sorumluluk alma, annelere duygusal destek sağlama ve koruyucu olma gibi konularda roller edinildiğini belirtilmektedir (Tezel Şahin, 2007: 769). Çünkü babalık artık iktidar sahibi olmak için kullanılan bir araç değil çocuğu sevmekten ibarettir (Liaudet, 2016: 212).

Çocuklar; yetişkinlerin davranışlarını, konuşmalarını, korkularını ve zevklerini sıkça taklit ederler. Babası sürekli futbol maçı izleyen bir çocuğun maç izlemesi ya da kedileri besleyen bir annenin çocuğunun kedilere merhamet göstermesi olağan bir durumdur. Özcan (1994: 1), çocukları, anne-babayı taklit eden otomatik bir oyuncağa benzetmiştir. Jung'a (2020: 103) göre, ebeveynlerle çocuklar arasında özdeşleşme ve taklit olarak açıklanabilecek bilinçdışı bir paralellik bulunur. Bu nedenle babalar, davranışlarıyla tıpkı bir öğretmen gibi çocuklarına hayat yolunda yol yordam göstermelidir (Thoma, 2011: 42). Çünkü ileride birer yetişkin hâline gelen çocukların, anne-baba rollerini kazandıklarında ebeveynlerini taklit etmeleri kaçınılmazdır. Bu ebeveyn rolleri evde aileden kazanıldığı gibi ekran karşısında da çocuklara geçebilir. Bu yüzden medya araçlarında bilhassa çizgi filmlerde yer alan anne ve babaların çocukları ile olan iletişimi ve bunun sunum şekli çok önemlidir.

Çocukların severek takip ettiği medya araçlarının başında çizgi filmler ve animasyon filmler gelir. Bu filmlerin, çocuklar için çeşitli öğrenmeler sağlamakla birlikte onların keyifli vakit geçirmelerinde önemli bir payı vardır. Schlittler (2015: 2) animasyonu, hareketli grafikler olarak tanımlamaktadır. Zaten animasyon, birbiri ardınca verilen resimler aracılığıyla nesnelerin ve varlıkların hareket ediyormuş gibi gösterilmesidir. Animasyon filmlerde yer alan karakterler, çocuklar için rol model olma niteliği taşımaktadır. Çocuklar; bu filmlerde gördüğü, tanıdığı ve sevdiği karakterleri örnek alır ve çoğu zaman onları taklit ederler. Rezeki'ye (2021: 124) göre çocuklar, animasyon filmlerinde izlediklerini günlük konuşmalarında uygular. Bununla beraber bu izledikleri kurguları olağan bir biçimde kabul edip sorgulamadan zihinlerinde normalleştirirler (Jols & Thoman, 2008: 42). Çocuklar, medyada yansıtılan eğlenceli, güzel, güçlü kahramanlarla özdeşleşip duygusal bağ kurmakta ve onların yaşam tarzlarına özenerek onları model alırlar (Karaboğa, 2028: 14). Çünkü animasyon, televizyon gibi görsel işitsel teknolojiler; çocuklar için görsel öğrenme kaynaklarıdır (Laughey, 2010: 12). Bu sebeple animasyon filmlerinde sunulan karakterler ve bu karakterlerin birbiri ile ilişkisi, izleyenler için önemli bir konumdadır.

Çizgi filmlerde yer alan karakterlerin ilişkisi üzerine literatürde sınırlı sayıda çalışma mevcuttur. Kız çocuğu sahibi olan baba figürlü çizgi filmler üzerine yapılmış çalışmalara bakıldığında Hernawati'nin (2021: 265) Moana üzerine yaptığı araştırmada, Moana'nın babasının koruyucu tavırlar sergilediği bununla birlikte Moana'nın gücünü ve önemini

küçümseyip göz ardı ettiği görülmüştür. Munia'nın (2017: 25) Güzel ve Çirkin üzerine yaptığı çalışmada da Belle'in babasının hayatını kurtarmak için acı çekmeye razı olduğu yani onu koruduğu dikkat çekmiştir. Disney animasyon filmleri üzerine yapılan çalışmada Küçük Deniz Kızı ve Alaaddin'de babanın, kızının ergenliğini keşfetme özgürlüğünü reddettiği; Güzel ve Çirkin ve Pocahontas'ta ise baba-kız ilişkilerinin tutarlı olduğu, babanın kızının ergenlik döneminde özgürlük tanıdığı ortaya çıkmıştır (Wynns & Rosenfeld, 2003: 98).

Bu çalışma, babalar ve kızları arasındaki ilişkinin görsel ve işitsel olarak izleyiciye nasıl sunulduğunu tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Literatür incelendiğinde doğrudan baba-kız ilişkisi üzerine yapılmış çalışmaların sayıca az veya güncelliğini yitirmiş olmaları dikkat çekmiştir.

YÖNTEM

Araştırma Deseni

Çalışma doküman analizi deseni ile yapılmıştır. Bu desene göre yazılı kaynakların yanı sıra video, film ve fotoğraf gibi kaynaklar da nitel araştırmalarda kullanılabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 189). Bu çalışmada animasyon filmlerinde yer alan baba-kız ilişkisinin sunumu incelendiği için doküman analizi deseni kullanılmıştır.

İncelenen Çizgi Filmler

Çalışmada kullanılacak eserlerin seçimi sırasında IMDb'de (Internet Movie Database) 7'nin üzerinde puan almış animasyon filmler tespit edilmiştir. Bu filmler arasından güncel olması açısından son iki yılda gösterime girmiş olanlardan, kahramanları arasında baba ve kızları bulunan iki film random olarak seçilmiştir.

Tablo 1.

Çalışma için seçilen animasyon filmler, bu filmlerin kısaltmaları, IMDb puanları, gösterim tarihi, yapım şirketi ve özetlerine ilişkin bilgiler

Film Adı	Kısaltma	IMDb Puanı	Gösterim Tarihi	Yapım Şirketi	Özet
Raya ve Son Ejderha	RSE	7,3	2021	Disney	500 yıl önce ejderhalar ve insanlar uyum içinde yaşarlarmış. Fakat Druun adlı canavarın gelmesiyle her şey bir anda yok olmuş ve Sisu adı verilen son ejderhanın, ejderha taşı yapıp insanlığı kurtardıktan sonra yok olduğu duyulmuştur. Raya ve babası uzun yıllar ejderha taşının koruyuculuğunu yapmışlardır. Ancak insanlar arasındaki kavga ve güvensizlik sonucu bu taş kırılmış ve dünyaya tekrar Druun hâkim olup insanları taşa çevirmeye başlamıştır. Raya'nın babası da taşa dönüşmüştür. Bunun sonucunda Raya bütün hayatını son ejderha olan Sisu'yu bulup babasını kurtarmaya adanmıştır. Sisu ile çeşitli maceraya atılan Raya, sonunda dünyayı kötü ruhlardan kurtarmış ve babasına kavuşmuştur.
Ailem Robotlara Karşı	ARK	7,6	2021	Netflix	Katie, kendini babasına kanıtlama ve babası tarafından takdir edilme arzusu taşıyan ergenlik döneminde bir kızdır. Ancak yaptığı işlere karşı babasından bir destek ve ilgi göremez. Bunun sonucunda şehir dışında üniversite okumaya karar verir. Katie'nin kalbini kırıldığını fark eden baba, bu durumu düzeltmek için bütün aile ile onu üniversiteye bırakacak bir seyahate çıkmayı planlar. Ancak yolculuk sırasında robotların dünyayı ele geçirdiğini ve tüm insanları yakaladığını görürler. Ailecek dünyayı robotlardan kurtarmak için uzun uğraşlar verirler ve baba kız aralarını düzeltme fırsatı bulur.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Çalışma için belirlenen animasyon filmler, araştırmacılar tarafından detaylı bir şekilde izlenmiştir. İzlenen bu filmler, baba-kız ilişkisi başlığı altında betimsel olarak incelenip ortaya çıkan yeni veriler sonucu içerik analizine tabi tutulmuştur. Her iki animasyon film için de baba-kız ilişkisini görsel ve işitsel açıdan ortaya çıkaracak bir gözlem formu oluşturulmuştur. Ortaya çıkan veriler araştırmacının amacı doğrultusunda sevgi, koruma/endişe, gurur duyma/takdir etme ve arkadaşlık olarak kodlanmıştır. Araştırmanın bulgular ve yorumlar kısmında baba-kız ilişkilerine dair iletilerle birlikte dakika ve saniye de verilmiştir. Ayrıca animasyon filmlerin adlarında Tablo 1’de gösterildiği gibi kısaltmalar kullanılmıştır.

Geçerlik ve Güvenirlik

İncelenen dokümanlardan ortaya çıkan verilerin, doyum noktasına gelene kadar analiz edilmesiyle iç geçerliğin sağlanması hedeflenmiştir. Bu bağlamda animasyon filmlerin verilerinin tekrar etmeye başladığı görüldüğünden veri doygunluğuna ulaşıldığına karar verilmiştir ve daha fazla animasyon film çalışmaya dâhil edilmemiştir. Bununla beraber incelenen dokümanlardan sık sık alıntı yapılarak da güvenirliliğin artırılması amaçlanmıştır. Çünkü doğrudan alıntılar, nitel çalışmalarda ham verilerin temel kaynağıdır (Patton, 2014).

Bulgular ve Yorumlar

İncelenen animasyon filmlerinde babalar ve kızları arasındaki ilişkinin sevgi, koruma/endişe, gurur duyma/takdir etme ve arkadaşlık üzerine yoğunlaştığı görülmektedir.

Sevgi

RSE’de yoğun bir baba kız sevgisi göze çarpmaktadır. Zaten filmin konusu, Raya’nın taşlaşan babasına tekrar kavuşabilmesi için verdiği mücadeleye üzerinedir. Aynı şekilde baba da kızına çok düşkündür. Baba-kız, bu sevgilerini kimi zaman birbirlerine sarılarak kimi zaman kullandıkları hitaplarla kimi zaman da özlemleriyle ifade eder. Raya ve babası, birbirlerini koruyup yeri geldiğinde kendilerini feda edebilen, aralarında baba-kız ilişkisi kadar arkadaşlık ilişkisi de bulunan iki karakterdir. Filmde dikkat çeken bir diğer unsur da Raya’nın annesinin bahsinin hiç geçmemesidir. Anne ölmüş mü, terk mi etmiş bilinmemektedir. Anne kelimesi film boyunca kullanılmaz. ARK ise başta duygularını ifade edemeyen, kızını desteklemeyen bir baba ve ergenlik çağıının son evrelerinde olan kızının ilişkisini anlatır. İkili birbirine ifade etmekte güçlük çekse de birbirini çok sevmektedir. Zaten Katie’nin en büyük arzusu da kendisini babasına kanıtlamak, babasından takdir görmektir.

Her iki animasyon filminde de göze çarpan sevgi göstergelerinden biri fiziksel temastır. Babalar ve kızları birbirine sarılır, birbirinin omzuna dokunur ve başını yaslar. Söz gelimi RSE’de baba-kız, uzun yıllar sonra ilk karşılaşmalarında koşarak birbirine sarılır ve ağlar (01.33.24). Benzer şekilde ARK’te, Katie babasına sımsıkı sarılır ve babası da ona sarılır (01.37.57). Bir başka temas örneği de karakterlerin elini veya başını birbirlerinin omzuna koymasıdır. Örneğin RSE’nin son sahnesinde Raya başını babasının omzuna yaslar ve

sarılarak yürürler (01.34.42). ARK'te de baba yerdeki kızını elinden tutup kaldırır ve ona destek vermek istercesine omzuna yumruk vurur (01.01.41). Yine aynı filmde Katie de onu desteklemek amacıyla babasının göğsüne bir yumruk vurur (01.08.27). Dikkat çeken diğer temaslarda öpme ve saç okşama da bulunmaktadır. RSE'de baba, Raya'yı alnından öper (19.27). ARK'te ise baba, uyuyan kızının saçını okşar (01.04.29). Bütün bu temaslarda sevginin somut bir göstergesidir.

Baba-kız ilişkisindeki sevgi göstergelerinden bir diğeri de kullanılan hitaplar ve sevgi sözleridir. Örneğin ARK'te baba, kızına tatlım diye hitap ederken RSE'de *çiğ tanem* diye seslenmektedir. Seni seviyorum demek ya da dolaylı yoldan bunu söylemek de sevgiyi ifade etmenin en temel yollarındandır. ARK ve RSE'de bu yollara başvurulmuştur. Söz gelimi RSE'de baba, Raya'ya "Seni seviyorum çiğ tanem." der (19.27). ARK'te ise Katie okulun ilk günü ağlar, babasının dizine sarılır ve gitmek istemez. Babası kızının sakinleşmesi için onun için değerli olan bir nesneyi kızına verir ve geyik dilinde seni seviyorum der yani garip sesler çıkararak kızını güldürür (13.24). Aynı şekilde Katie de üniversitenin ilk günü kendisinden ayrılacak olan babasını neşelendirmek için geyik dilinde seni seviyorum der (01.37.42). Yine ARK'te Katie'nin çektiği filmde kendisini temsil eden köpek karakteri, babasını temsil eden çavuşa "Seni seviyorum çavuş." der ve baba bunu izleyince çok duygulanır.

Özlemek, birini üzmekten çekinmek, onunla vakit geçirmek ve onun sevdiği şeyleri yapmaya çabalamak da bir sevgi temsidir. Örnekleme gerekirse RSE'de Raya'nın en büyük isteği babasını geri getirmek ve ona kavuşmaktır. Her anında babasını özlemekte ve onu tekrar görebilme umudu taşımaktadır. Raya'nın "Şu anda benim için önemli olan tek şey babamı geri getirmek" ve "Ben gerçekten babamı geri istiyorum." sözleri, taşınmış hâldeki babasının ellerini tutması onun babasına olan sevgisini temsil eder. ARK filminde de Katie ile babası sözleri ve eylemleri ile birbirlerini kırmaktan çekinir, kırdıkları zaman da bir şekilde telafi etmeye çalışırlar ya da bundan üzüntü duyarlar. Örneğin ARK'te babası Katie ile tekrar yakınlık kurmak için küçükken söyledikleri şarkının kasetini teybe takar ve kızına dönüp şarkıyı seslendirir. Ama Katie "Bunun için fazla büyümüş olabilir miyim acaba?" deyince baba üzülür. Babasının üzüldüğünü gören Katie durumu toparlamaya çalışır ve "Ama yine de söyleyebiliriz eğer söylemek istiyorsan." der. ARK'te baba-kız arasında birbirini üzmekten korkma durumu sık yaşanmaktadır. Çünkü baba-kız arasındaki ilişki, Katie çocukken çok iyi olsa da Katie'nin ergenliğinden sonra biraz daha zayıflamıştır. Ancak ikili filmin sonunda aralarındaki sevgi bağını tekrar yakalamış ve birbirlerini daha iyi anlayıp duygularını ifade etmeye başlamıştır.

Ağlamak bazen yaşanan derin üzüntü veya özlem sonucu ortaya çıkan bir eylemdir ve bu, güçlü bir sevgi sonucu görülür. İncelenen animasyon filmlerinde de ağlama detayına rastlanmıştır. Örneğin RSE'de Raya, taşlaşan babasının arkasından bağırır ve ağlar (19.52). Çünkü onu bir daha göremeyeceğini babasının öldüğünü düşünür. Yine Raya, babasına duyduğu yoğun özlemle "Ben gerçekten babamı istiyorum." diyerek ağlar (24.17). Benzer şekilde ARK'te; Katie'nin babası, kızının öldüğünü düşünür ve ağlar (01.34.32). Yine ARK'de baba-kız arasında geçen şu diyalog sonucu babanın gözünden yaş süzülür:

"Keşke gitmek zorunda olmasaydın ama seninkileri bulmada bol şans."

"Baba, yapma benimkiler sizsiniz." Bu konuşma da zaten ikili arasındaki sevgiyi temsil eder.

Koruma/ Endişe

Baba-kız ilişkisi arasındaki dikkat çeken bir diğer husus da karakterlerin birbirini korumaya çalışmaları ve birbirileri için endişe duymalarıdır. Kimi zaman babalar kızlarının kimi zaman da kızlar babalarının hayatını kurtarır. Örnelemek gerekirse RSE’de baba yaralanır ve kızı ile kaçamayacağını onu yavaşlatacağını düşünerek Raya’yı Druun adlı kötü ruhlardan korumak için nehre atar ve kendisi taşlaşır (19.35). Zaten bu olaydan sonra Raya’nın yılları, kendisini babası için tehlikelere atmakla ve onu tekrar kazanmak için uğraşmakla geçer. ARK’te de birbirinin hayatını kurtarmak ile ilgili dikkat çeken veriler vardır. Söz gelimi Katie babasının robotlar tarafından kaçırılması üzerine eline silah alır ve “Baba sana yardım edeceğim.” der (30.18). Benzer şekilde babası da yüksek bir binadan düşerken onun hayatını son anda kurtarır (01.28.04). Babalar tarafından tehlike anında kızlarının üstüne siper olma eylemi de bu iki filmde mevcuttur. Örneğin RSE’de baba patlama sesini duyunca kızının üstüne kapaklanır (19.13). Benzer şekilde ARK’te robotların baskını sırasında baba, Katie ve oğlunun üzerine siper olur (29.04). Aslında bütün bu koruma eylemleri yine baba-kız arasındaki sevgi bağına işaretler.

Babalar da kızları da yer yer birbirinin hayatı için endişeye kapılmaktadır. Söz gelimi RSE’de Raya’nın babasının “Eğer durup birbirimize yeniden güvenmeyi öğrenmezsek inan birbirimizi tamamen yok etmemiz an meselesi. Ben senin böyle bir dünyada yaşamayı istemiyorum.” demesi kızının geleceği için endişe duyduğunun belirtisidir (10.31). ARK filminde Katie’nin babası, başta kızının duygularını önemsemeyen, onu desteklemeyen bir baba olarak gösterilir. Ancak sonra babanın Katie’nin hayal kırıklığına uğramasından korktuğu ve üzülmemesi için uğraşmasından böyle davrandığı görülür. Örneğin “Onun için her şeyi yaparım. Sadece üzülmediğini görmek istemiyorum.” sözleri aslında kızını çok sevdiğini sadece üzülmesini önlemek için yanlış davranışlarda bulunduğunu gösterir (40.05). Yine ARK’te kızının dargın bir şekilde üniversiteye gidecek olmasının bilincinde olan ve bundan üzüntü duyan babaya, eşi “Eğer kızımız gider ve bir daha eve dönmezse korkarım bu sorunu halledemeyiz.” deyince baba üzülür, endişelenir ve bunun üzerine kızıyla konuşmaya, yaptığını telafi etmeye çalışır (11.48). İncelenen animasyon filmlerinde, karakterlerin zor durumdayken bile kendini düşünmek yerine babasını/kızını düşünüp endişelendikleri tespit edilmiştir. Mesela ARK’te robotlar babayı yakaladığı halde baba kızının zor durumda olduğunu görür ve arkasından endişeyle “Kızıım!” diye bağırır (01.25.03). Benzer şekilde RSE’de Raya babasının oklandığını görünce o kargaşa ortamında telaşla babasına koşar ve babasının kolunun altına girerek onu oradan uzaklaştırır (17.40). Birbirinin hayatı için endişelenmek ve birbirini korumaya çalışmak yine baba-kız arasında güçlü bir bağ olduğunu gösterir.

İncelenen filmlerde koruma duygusunun şefkatle birleştiği anlar da göze çarpmaktadır. Söz gelimi ARK’te baba, uyurken üşüdüğünü gördüğü kızının üstüne ceketini örter. Aynı sahnenin devamında Katie, babasının uyurken yüzünden düşen gözlüğünü düzeltir ve babasına şefkatle bakar (01.04.27).

Gurur Duyma/Takdir Etme

Gurur duyma bir başkasının yaptığı davranışla övünmek ve onurlanmaktır. İnsan sevmediği ya da hazzetmediği bir kimsenin davranışından içtenlikle gurur duymaz. Gurur duymak da yine arasında bir sevgi bağı olan veya husumet bulunmayan ilişkilerde görülür. İncelenen çizgi filmlerde gurur duyma, gururla bakma davranışı da sıkça

gözlenmiştir. Örneğin RSE’de Raya, ejderha taşının muhafızı olabilmek için babası ile dövüşür ve galip gelir. Kızının kazanması üzerine baba gururlanır ve “Raya, kalp prensesi, benim kızım artık ejderha taşının bir muhafızısın.” der. Yine filmin sonunda Sisu, Raya’nın babasına “Şef Benja, kızınız sizi gururlandırdı.” der ve baba kızına gurur ve minnet dolu gözlerle bakar (01.33.44). Çünkü Raya, babasının hep hayalini kurdurduğu Lumandra’yı tekrar bir araya getirebilmiştir. Benzer şekilde ARK’te de babanın kızıyla gurur duyduğu anlar mevcuttur. Katie’nin babasının “O kız, benim kızım biliyor musun?”, “Sen de gördün mü dostum kızım beni dinledi, işte benim kızım!”, “Hey çizimin epey işe yaradı.” sözleri kızıyla gurur duyduğunu gösterir. Elbette sadece babalar kızları ile gurur duymaz. Kızların da babaları ile gurur duyduğu pek çok an incelenen animasyon filmlerinde tespit edilmiştir. Söz gelimi ARK’te Katie, babasına “Muhteşemdin baba tıpkı ağır sıklet James Bond gibiydin” (49.19) demesi ve babasının dev oyuncağı durdurmak için cesurca planlar yapıp uygulaması sonucu Katie’nin babasına gururla bakması buna örnek verilebilir (58.49). RSE’de de Raya, Diş’ten gelen kalabalık bir grupta savaşıma hazırlanırken bir anda babası çıkagelir ve kılıcı ile grubu dağıtmaya çalışır. Babasının cesur ve kararlı davranışı karşısında Raya, babasıyla övünerek ve mutlulukla ona bakar (16.58). Babaların kızlarıyla, kızların babalarıyla gurur duyması birbirlerini destekledikleri ve aralarında bir sevgi bağı olduğunu gösterir.

ARK animasyon filminde Katie’nin aslında tüm isteği kendisini babasına kanıtlamak ondan takdir görmektir. Örneklemek gerekirse Katie yeni yaptığı filmi yemek masasında ailesine izletir ama gözleri sadece babasının vereceği tepkidedir (08.55). Çünkü yalnızca babasından takdir ve onay almak umurundadır. Ayrıca bütün ülke robotlar tarafından istila edildiği halde Katie’nin “Geleceğim mahvoldu, burada mahsur kaldım ve babamın umurunda bile değil.” sözlerinden anlaşıldığı üzere ona göre hayatının mahvolması ile babasının onu umursamadığı düşüncesi eşdeğerdir (39.43). En çok babası tarafından görünür olmak istemesinden en fazla babasını önemseydiği anlamı çıkarılabilir. Sadece babasından takdir görme çabası olan Katie’nin, annesine karşı böyle bir isteği yoktur. Annesini sever ama annesinin onunla gurur duyması veya tebrik etmesi Katie’yi çok da ilgilendirmez. Bunun için bir çabaya da girmez.

Arkadaşlık

İncelenen animasyon filmlerinde babalar ve kızları arasında gelenekselden uzak modern bir arkadaş ilişkisi olduğu gözlenmiştir. Kızlar babaları ile şakalaşabilmekte ve dostça sohbet edebilmektedir. Babalar da kızlarının mutluluğu için onları kırmayıp çocukça isteklerine karşılık vermektedir. Örneğin RSE’de geçen şu diyalog:

“Durum gergin görünüyor baba.

Merak etme espri ile giriş yapacağım.

Ne olur yapma!

Şaka yapıyorum şaka...” baba ile kızının çekinmeden rahatça konuşup şakalaştığını göstermektedir (11.57).

ARK’te de Katie’nin köpeği birkaç kez yanlışlıkla babasının suratını yalar ve babası da bu durumdan rahatsız olur. Bunu gören Katie her fırsatta köpeği babasının yüzüne tutar ve babasının yüzünü yalatır. Hatta Katie ölmek üzere numarası yaparken bile başında ağlayan babasını yanına çağırır ve köpeğine babasının yüzünü yalatır. Hiç çekinmeden bu şakaları yapabilmesi Katie ve babası arasında bir arkadaşlık ilişkisi olduğunu gösterir.

Zaten şaka yapmak da bir samimiyet göstergesidir. Bir diğer örnekte de Katie video çekimi yapmaktadır. O sırada babası bir söz söyler ve Katie çektiği film için daha etkili olması amacıyla kâğıda replik yazıp babasına verir, babasından bunu okumasını ister. Babası da kızının isteğini karşılık verir ve dediğini yapar (01.07.18). Yine ARK'te Katie'nin babası güç bela internet kullanmayı öğrenmiş ve kızına arkadaşlık isteği atmıştır. Babasının "Youtube'a girmeyi başardım. Sana arkadaşlık isteği yolladım neden kabul etmedin peki?" (01.39.40) demesi üzerine Katie "Demek o sendin ben de psikopatın biri yazdı sandım." der. Bu da yine ikili arasında muzip bir ilişki olduğunu gösterir. Daha önce bahsedilen Katie ve babası arasındaki geyik dilinde seni seviyorum demek de yine aralarında dostça ve esprili bir dil olduğunu belirtisidir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Araştırmaya konu olan animasyon filmler incelendiğinde baba-kız arasındaki ilişkiyi temsil eden dört başlığın ortaya çıktığı görülmektedir. Bunlar; sevgi, koruma/endişe, gurur duyma/takdir etme ve arkadaşlıktır. RSE animasyon filmi genel itibarıyla bir kızın babasına olan yoğun sevgisini konu alır. Taşlaşan babasını geri getirmeye çalışması, onun için türlü tehlikeye atılması ve inancından asla vazgeçmemesi Raya'nın babasına olan bağlılığını gösterir. ARK'te ise en büyük arzusu babasına kendini ispat etmek olan Katie ve kızıyla tekrar eskisi gibi bir ilişki kurmaya çalışan ve onu kaybetmemek için elinden geleni yapan bir babanın hikâyesi gösterilir. İki filmde de baba-kız arasındaki güçlü sevgi bağı izleyiciye hissettirilir.

ARK animasyon filminde baba karakteri başta kızının çalışmalarını önemsemeyen, onu desteklemeyen biri olarak sunulur. Ancak filmin sonunda babanın geçmişinde hayalini kurduğu bir şeyden vazgeçmek zorunda kaldığı ve bundan derin üzüntü duyduğu gösterilir. Kızının da aynı şekilde hayal kırıklığına uğrayıp üzülmekten korktuğu için böyle davrandığı anlaşılır. Hatta babanın zamanında hayallerinden vazgeçme sebebi de küçük Katie'nin geleceği için fedakârlık yapmak zorunda olmasıdır. Tüm bunlar yine sevgi başlığı altında birleşmektedir. Baba-kız arasında göze çarpan en önemli duygulardan biri sevgidir ve birçok çalışma da bunu desteklemektedir (Rajiva, 2010; Liaudet, 2016; Mokkil, 2020).

ARK ve RSE animasyon filmlerinde babaların kızlarını koruduğu, onların hayatını kurtarmaya çalıştığı pek çok kez gözlenmiştir. Çünkü babaların doğasında koruma içgüdüğü bulunmaktadır. Bununla beraber kızların da hiç korkmadan cesurca babalarını kurtardığına, onların hayatı için endişe duyduğuna sıkça rastlanmıştır. Zaten RSE'nin konusu Raya'nın taşlaşan babasını tekrar hayata döndürme çabası ve onun için türlü tehlikelere atılmasıdır. Benzer bir sonuca Munia (2017) da Güzel ve Çirkin animasyonu üzerinden ulaşmıştır.

İnsan gerçekten sevdiği kişi ile gurur duyar. Hazzedilmeyen, hoşlanılmayan birini takdir etmek zordur. ARK ve RSE'de; baba ve kızların birbiri ile gurur duyması, aralarında sevgi olduğunu gösterir. Aynı şekilde insan, sevdiği kişilerden onay ve takdir bekler. ARK'ın konusu başlı başına Katie'nin babasından takdir ve alkış duyma isteğine dayanır. Çünkü onun en büyük arzusu babasından onaylayıcı bir söz veya gurur duyan bir bakış almaktır. Ancak bu istek sadece babasına karşıdır, annesinden böyle bir beklentisi yoktur. Katie'nin yalnızca babasına karşı duygusal beklenti içinde olup annesini çok dikkate almaması Elektra Kompleksi ile ilişkilendirilebilecek durumdur.

Kızların babaları ile şakalaşmaları, çekinmeden konuşabilmeleri ve onlara tepki verebilmeleri aralarında baba-kız ilişkisi olduğu kadar arkadaşlık ilişkisi olduğunu da sergilemektedir. Bu da animasyon filmlerinde ataerkil toplum düzeninin yıkıldığını ve modern çağa ayak uydurmuş babaların temsil edildiğini göstermektedir. Zaten filmlerdeki baba karakterlerine bakıldığında gelenekselden uzak olarak sunuldukları dikkat çekmektedir. Örneğin RSE’de Raya’nın babası Kalp Diyarı’nın şefi (lideri) ve iyi bir savaşçıdır ama mutfakta çorba yaparken de görülür ve oldukça sakin bir ses tonuna sahiptir. Şef olmasına rağmen etrafına emir yağdırmaz, savaş yerine her zaman barıştan yanadır. Ayrıca alışık olunan baba görünümünden farklı olarak uzun saçlıdır. ARK’te ise Katie’nin babası; tamirat, tuzak kurma, araba kullanma gibi rollerle verilse de bulaşık yıkarken de gösterilir. Hatta kızıyla vedalaşırken gözlerinden yaş da gelir. Bu da animasyon filmlerinde erkekler ağlamaz, babalar serttir ve güçlüdür gibi imajların yıkıldığının belirtisidir. Bu noktada çalışma, babalar üzerine yapılmış diğer araştırmalarla paralellik gösterir (Liaudet, 2016; Kurt & Ayaz, 2018; Deniz, 2021; Ercan, 2022).

Her iki filmde dikkat çeken bir diğer husus anne ve karşı cins figürüdür. Raya’nın annesi yoktur hatta anneden hiç söz edilmez; Katie’nin ise annesi ile olan ilişkisi babası kadar güçlü bir bağ ile değildir, annesinin düşüncelerini pek fazla önemsemez. Onun için mühim olan yalnızca babasının düşüncesi ve onayıdır. Yine her iki filmde de ergenlik ile yetişkinlik arasındaki evrede olan kızların karşı cinsle hiçbir alakası yoktur. Erkek arkadaş vb. ile ilgili herhangi bir şey akıllarından geçmez. Kızlar için önemli olan tek sevgi sadece babadır. Bu da kızların babalarına duyduğu ilgi ve bağlılığın Elektra kompleksi ile alakalı olabileceğini gösteren bir detaydır. Yürütülen pek çok çalışma da kızların babasına olan düşkünlüğünün bu kompleksle bağlantılı olduğu yönündedir (Topçu, 2017; Raza & Tahir, 2019; Mustikaningrum, 2022).

İncelenen animasyon filmlerine bakıldığında başkarakterler olan Raya ve Katie’nin babalarına aşırı düşkünlüğü, sevgisi, bağlılığı, ondan onay beklentisi içinde olması ve annelerine ilginin az ya da hiç olmaması karakterlerin Elektra Kompleksi’nden izler taşıdığını gösterebilir.

Çocuk medyasında sunulan ilişkiler, gününün önemli bir bölümünde çizgi film/animasyon film izleyen çocuklar için oldukça önemlidir. İzledikleriyle bağ kuran, özdeşleşen çocuklar; anne-baba, kardeş, arkadaş vb. rollerini gerçek hayatta gözlemlediği gibi bu filmlerden de öğrenebilir. Araştırmaya konu olan animasyon filmlerinden hareketle ileride ebeveynliğe adım atacak çocuklar için özellikle çocuk medyasında babalar, toplumsal cinsiyet rollerinden uzak olarak modern temsile uygun verilmelidir. Çizgi film ve animasyon film gibi çocukların sıkça takip ettiği araçlarda babalar ve evlatları arasındaki ilişki sevgi, saygı, anlayış ve arkadaşlık üzerine olmalı; babalar ve kızları iletişim kurmaktan kaçınmamalıdır.

KAYNAKÇA

- Berktaş, F. (2012). Tek tanrılı dinler karşısında kadın. İstanbul: Metis Yayınları.
- Bozok, M. (2018). Türkiye’de ataerkillik, kapitalizm ve erkeklik ilişkilerinde biçimlenen babalık. *Fe Dergi*, 10 (2): 30-42.
- Deniz, A. (2021). Yerli yapım çizgi filmlerde toplumsal cinsiyet eşit(siz)liği. *OPUS International Journal of Society Researches*, 18 (43): 6942-6979.
- Duman, A. E. & Koçtürk, N. (2021). Yerli yapım bir çizgi filmin toplumsal cinsiyet rolleri açısından incelenmesi: Pırl. Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (9): 83-92.
- Elkatawneh, H. (2013). Freud's psychosexual stages of development. United States, Minneapolis: Walden University.
- Ercan, Ö. Ü. (2022). E. A. Incredibles 2 filminde evde kalan baba temsili öz. *The Journal of Academic Social Science*, (135): 188-206.
- Hernawati, M. (2021). How Far the ecowarrior will go: An ecofeminist reading of Disney's Moana. *3L: Southeast Asian Journal of English Language Studies*, 27 (4): 257-268.
- Jols, T. & Thoman, E. (2008). 21. yüzyıl okuryazarlığı. Ankara: Ekinoks Yayınevi.
- Jung, C.V. (2006). Analitik psikoloji. İstanbul: Payel Yayınevi.
- Jung, C. V. (2020). Freud ve psikanaliz. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Karaboğa, M. T. (2018). Medya çağında çocuk ve çocuk kültürü: Şiddet ve tüketim kültürünün yansımaları. *Uluslararası Çocuk Edebiyatı ve Eğitim Araştırmaları Dergisi (ÇEDAR)*, 2 (2): 1-17.
- Kassebaum, P. (1986). Psychological anthropology: A modular approach. *Cultural Anthropology*.
- Kurt, A. & Ayaz, E. B. (2018). Ayla Kutlu’nun yıldız yavrusu adlı çocuk romanında toplumsal cinsiyet rolleri açısından değişen baba figürü. *Dil ve Edebiyat Araştırmaları*, 18 (18): 311-320.
- Laughey, D. (2010). Medya Çalışmaları. Teoriler ve yaklaşımlar. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Liaudet, J. C. (2016). Babasının prensesi: Kızının aşk hayatında babanın rolü. İstanbul: Kuraldışı yayıncılık.
- Mokkil, N. (2020). Sleepless fathers in Malayalam cinema: Unraveling the dynamics of caste and masculinity. *South Asian Popular Culture*, 18 (1): 11-28.
- Munia, F. (2017). A study of two Disney movies: Cinderella (2015) and Beauty and the Beast. (Doctoral dissertation, BRAC University), 1-30.
- Mustikaningrum, H. A. F. (2022). Revealing Cassie Howard's Electra Complex in Euphoria Film (2022). *Litera Kultura: Journal of Literary and Cultural Studies*, 10 (2): 44-49.
- Özcan, N. (1994). Şiddete dayalı olmayan sapmış davranışlar ve aile kurumu. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 11 (1-2).
- Özsoy, M., & Taşdelen, E. Ş. (2016). Pepee çizgi dizisinde toplumsal cinsiyet rollerinin üretimi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (42): 252-265.
- Patton, M.Q. (2014). Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri. Ankara: Pegem Akademi.
- Pehlivan, B. M. (2019). Toplumsal cinsiyet rolleri açısından Türk çizgi filmlerinde anne ve baba temsili üzerine bir çalışma. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 1 (2): 15-27.

Postacı, Ş. (2021). Anne-babalar için Oidipus rehberi. Psikanaliz Defterleri 4: Çocuk ve Ergen Cinselliği (95-110). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Rajiva, M. (2010). In Papaji's huse: Representations of the father/daughter relationship in South Asian diasporic cinema. *Feminist Media Studies*, 10 (2): 213-228.

Raza, M., & Tahir, A. (2019). Unraveling Electra Complex in Kanza Javed's Ashes, Wine and Dust. *Journal of Communication and Cultural Trends*, 1 (2): 73-84.

Rezeki, TI (2021). Animasyon filminin etkisi nedeniyle çocukların dil edinimi. *İngilizce Öğretimi ve Dilbilim Dergisi (ETLiJ)*, 2 (1): 122-132.

Schlittler, J. P. A. (2015). Motion graphics and animation. *Animation Studies*, Valência (CA/USA), (10): 2-3.

Storr, A. (2019). Freud: Kısa bir giriş. İstanbul: Alfa Basım Yayım.

Tezel Şahin, F. (2007). Sosyal değişim sürecinde değişen baba rolü. *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, (1015): 765-773.

Thoma, D. (2011). Babalar modern bir kahramanlık hikâyesi. İstanbul: İletişim yayıncılık.

Topçu, H. (2017). Psikanalitik bir okuma denemesi: Elektra kompleksi ışığında aşk-ı memnu. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2 (1): 1-9.

Willner, D. (1982). The oedipus complex, antigone, and electra: the woman as hero and victim. *American Anthropologist*, 84 (1): 58-78.

Wynns, S. L. & Rosenfeld, L. B. (2003). Father-daughter relationships in Disney's animated films. *Southern Communication Journal*, 68 (2): 91-106.

Yıldırım, A. & Şimşek H. (2018). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

GÖÇ VE SOSYAL HİZMET: ZORUNLU GÖÇ YAŞAYAN ÇOCUKLAR VE TRAVMATİK DENEYİMLERİ

Abdurrahim DOĞAN¹

Gönderilme Tarihi / Submission Date: 21.02.2025 - Kabul Tarihi / Acceptance Date: 14.04.2025

DOI: 10.55055/mekcad.1644326

Doğan, A. (2025). Göç ve sosyal hizmet: Zorunlu göç yaşayan çocuklar ve travmatik deneyimleri. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi* 7 (1), 73-83. <https://doi.org/10.55055/mekcad.1644326>

ÖZ

Bu çalışma göç etme hareketinin 18 yaşın altında olan bireylerin üzerindeki biyopsikososyal etkilerini incelemektedir. Göç farklı nedenlere bağlı olarak bireylerin yer değiştirme hareketini tanımlarken bu nedenler ekonomik, toplumsal, siyasi, savaş gibi faktörler olabilmektedir. Ayrıca Dünyanın küreselleşmesinin bu olguyu daha da karmaşıktırdığı bilinmektedir. 18 yaşın altında olan bireyler çocuk olarak tanımlanırken çocukların göç süreçlerinden en çok etkilenen kırılgan gruplar arasında yer aldığı görülmektedir. Çocuklar göç hareketinden fiziksel ve psikolojik olarak etkilenebilmektedir. Aynı zamanda çok fazla problemle karşı karşıya kalabilmektedir. Göç süreçlerinde çocuklar travma, akran zorbalığı, ayrımcılık, fiziksel barınma ortamlarının yetersizliği gibi risklere maruz kalmakla beraber depresif bozukluklar, yaşanan travma sonrasında stres bozukluğu, çeşitli davranışlarda anormal tepkilerin olması, fiziksel açıdan gelişememe gibi sonuçlarla karşılaşabilmektedirler. Çeşitli yaş gruplarına göre bu etkiler ve sonuçları farklı olabilmektedir. Özellikle belirtilen durumları yaşayan bireylerde bu etkilerin göç ile beraber yaşanan risk ve travmalar sonucunda daha da pekiştiği görülmektedir. Göç olgusuna maruz kalan çocukların refah seviyesini artırmak ve göç süreci boyunca karşılaştıkları zorlukları minimum düzeye düşürmek için çocukların eğitim, sağlık, barınma, sosyal hizmetlere erişimlerini sağlamak kritik öneme sahiptir. Ayrıca, yasal bir statüsü olmayan çocukların haklarının korunması, çocukların topluma uyumu konusunda en temel gereklilikler arasında yerini almaktadır. Çalışma göç sürecine dâhil olan çocukların karşılaştıkları problemlere çözüm önerileri sunarak, alanda yapılacak olan bilimsel ve sosyal çalışmalara katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Göç, Göçmen, Çocuk, Travma.

¹ Öğr. Gör., Antalya Belek Üniversitesi, Meslek Yüksek Okulu, Sosyal Hizmetler Programı, shuabdurrahim@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2721-3853

MIGRATION AND SOCIAL SERVICES: FORCED MIGRATION LIVING CHILDREN AND THEIR TRAUMATIC EXPERIENCES

ABSTRACT

This study examines the biopsychosocial effects of migration on individuals under the age of 18. While migration defines the displacement movement of individuals due to different reasons, these reasons can be factors such as economic, social, political, war. It is also known that the globalisation of the world makes this phenomenon more complex. While individuals under 18 years of age are defined as children, it is seen that children are among the vulnerable groups most affected by migration processes. Children may face many physical and psychological problems due to migration. In migration processes, children are exposed to risks such as trauma, peer bullying, discrimination, inadequacy of physical shelter environments, as well as depressive disorders, post-traumatic stress disorder, abnormal reactions in various behaviours, and physical underdevelopment. These effects and consequences may be different according to various age groups. It is seen that these effects are further reinforced as a result of the risks and traumas experienced with migration, especially in individuals experiencing the mentioned situations. In order to increase the welfare of children exposed to migration and to minimise the difficulties they face during the migration process, it is critical to ensure their access to education, health, housing, and social services. In addition, protecting the rights of children who do not have a legal status is among the most basic requirements for the integration of children into society. This study aims to contribute to scientific studies and social works in the field by offering solutions to the problems faced by children involved in the migration processes.

Keywords: Migration, Migrant, Child, Trauma.

GİRİŞ

Göç siyasal, ekonomi ve toplumsal süreçlerden olumsuz etkilenen birey grup ve toplulukların yaptığı ülke sınırlarının dışına olan insan hareketliliğine karşılık gelmektedir. Göç ayrıca birey, grup ve toplulukların ikamet ettiği yerden başka bir yerleşim yerine gitme işi olarak tanımlanırken, coğrafik açıdan yer değişikliği hareketine karşılık gelen bir sosyal değişim sürecidir (Akıncı, vd., 2015). Toplumsal hareketliliğin sonucunda ortaya çıkan göç olgusu (Fawcett, 1985), tarihsel süreçte birçok bilimin ilgi alanına girmiş ve güncelliğini korumuştur. Ravenstein'in "Göç Kanunları" isimli çalışmasında 1871-1881 yılları arasında İngiliz nüfus sayımı verilerini baz alarak göç ve basamakları, göç zincirleri, kır-kent yerleşimcileri farkı, göç ve mesafe, yayılma ve emme, doğrudan göç, kadın erkek farkı gibi göçü etkileyen 7 etken üzerinde durulmuştur (Çağlayan, 2006: 67). Bu çalışma her ne kadar göçe yönelik ilk girişim olması açısından önemli olsa da günümüzde küreselleşmeyle birlikte daha da karmaşık bir yapıya bürünen uluslararası göçü açıklamaması, göçü sadece ekonomik temellere dayandırması açısından eleştirilmektedir. Lee'nin "Bir Göç Teorisi" adlı çalışmasında Ravenstein'in yaptığı çalışmaya atıfta bulunarak göçün sadece ekonomik temellere dayandırılmayacağını, göç eden kişi açısından birtakım itme-çekme faktörlerinin olduğunu öne sürmektedir. Savaş, politik ve siyasi süreçler, yoksulluk en belirgin göçün "itme" faktörleri arasında olup endüstrileşme, gelir düzeyinin yüksek olması, istihdam olanaklarının yüksek olması göçün "çekici" faktörleri arasında yerini almaktadır (Tuzcu & Ilgaz, 2015). Ancak

unutulmamalıdır ki göç, yer değiştirme hareketinin ötesinde, bir sosyo-kültürel geçiş sürecidir. Göçün çok daha karmaşık bir yapıya bürünmesi artık Lee'nin bahsettiğinden daha da karmaşık hâle geldiği ve daha da karmaşık bir hal aldığı, küreselleşme ve daha sıralanabilecek pek çok faktör, göç olgusunu derinden etkilemiş ve değiştirmiştir (Çağlayan, 2006: 75). Toplumlar da olan gelişmeler ve gerçekleşen değişimler göçe dair birçok bilimsel değer ve kuramsal yaklaşım ihtiyacı getirmektedir (Çağlayan, 2006: 67). Yaşanan göç sürecinden ve onun getirdiği olumsuz faktörlerden en çok etkilenen gruplardan biri de nitekim çocuklardır (Güzel, 2013: 2). Çocukların diğer gruplara nazaran daha kırılgan bir halde olmaları onları göç sürecinde meydana gelebilecek olumsuz deneyimlere karşı savunmasız bırakmaktadır. Bu da yaşadıkları göç sürecini daha da zorlaştırabilmektedir. Göç eden birey, grup ve toplulukların özellikle yaşantılarında yaşadıkları yer değiştirme ile sınırlı olmayan bu geçiş sürecinde adaptasyon problemleri ile karşılaşabilmekte ve devamında travmalar yaşayabilmekte, çocuklar özelinde duruma bakıldığında aileleri ile beraber olsun veya tek başına olsun göç yolculuğunda çok daha riskli konuma yerleşmektedirler (Polat, 2007). Son zamanlarda yaşanan göç hareketlerinde çocukların daha fazla yer aldığı ve bu sayının giderek arttığı var olan bir gerçektir (Özdemir & Budak, 2017: 213). Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu (UNICEF)'in Eylül 2016'daki verilerine göre yeryüzünde yerinden edilmiş yaklaşık 50 milyon çocuk bulunmakta ve bu çocukların 28 milyonu iç ve dış çatışmalar sonucunda evlerini terk etmek zorunda kalmış olup daha iyi bir yaşam için göç sürecine dâhil olmuştur (UNICEF, 2016). Ayrıca raporun veri istatistiklerine göre Türkiye, son zamanlarda en çok göç eden insanların sığındığı ülke konumunda yer almakta, veriler ışığında en çok çocuk göçmenin bulunduğu ülke Türkiye olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanında Eurostat'a göre, 2015 yılında Avrupa ülkelerine aileleri olmadan düzensiz olarak Avrupa devletlerine sığınan ve kaydı tutulan 45,300 çocuk bulunmaktadır (Avrupa İstatistik Ofisi, 2020). Öyle ki Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği verilerine göre Mart 2016 itibarıyla Türkiye'deki Suriyeli sığınmacıların yarısından fazlası 18 yaşın altındaki bireylerden oluşmaktadır (UNICEF, 2016). Bütün bunlar da göçmenlerin göç sürecinde yaşadıkları sorunların çocuklar özelinde incelenmesinin ne denli önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

Göçmen Çocuklar ve Biyopsikososyal Sorunları

Zorla yerinden edilme travmasına maruz kalan çocuklar, göç olarak adlandırılan yer değiştirme hareketi sürecinde denizlerde boğulma, kötü beslenme, susuzluk sonucunda dehidre olma, kötü beslenme, insan ticareti yapanların kurbanı olma, kaçırılma, şiddet ve istismara uğrama ve daha sayılabilecek bir dizi tehlike ile mücadele etmek durumunda kalmakta, göç edilen yerde ise yabancı düşmanlığı ve ayrımcılığa maruz kalmaktadırlar (Özdemir ve Budak, 2017: 213). Çocukları bağımsız bir birey olarak ele alan göç çalışmaları son zamanlarda ön plana çıkmaya başlamıştır. Bu konuda yapılan çalışmalara bakıldığında göç deneyimi olan çocukların davranış ve duygusal problemlerinin daha fazla olduğu görülmektedir (Janssen vd, 2004; Stevens vd., 2003; Bengi-Arslan, vd., 1997; Fazel & Stein, 2003; Öztekin & Bertan, 1982; Diler, vd., 2003; Şimşek-Türütgen & Erol, 2002). Çocukların karşılaştıkları bu sorunlar arasında, yüksek anksiyete, depresif bozukluklar, arkadaş ve yakın çevre ilişkilerinde yaşanan problemler, hiperaktif, stres bozukluğu, yaşam doyumunda düşüklük vb. yer almaktadır (Benghi-Arslan, vd., 1997; Gün, 2002; Diler, vd., 2003; Fazel & Stein, 2003; Heptinstall, vd., 2004). Bunların yanında göç sürecine uyum sağlamakta güçlük çeken 18 yaş altı bireylerde psiko-sosyal kişilik bozuklukları, uyuşturucu madde kullanımı ve suça bulaşma oranlarının yüksek

olduğu (Kızmaz & Bilgin, 2010: 269); göç yaşayan çocukların yaşamayanlara oranla beş kat fazla nevrotik bozukluk ve davranış bozukluğu gösterdiği ve bu bozukluklardan sırasıyla okul başarısızlığı, tırnak yeme ve yatağa işeme bozukluklarının olduğu (Polat-Uluocak, 2009) tespit edilmiştir. Göçmen çocuklarda; kekemelik, parmak emme, tik gibi diğer bozukluklar görülmekle birlikte göçten önce herhangi bir olumsuz yaşam deneyimi geçirmiş çocuklar üzerinde bu davranış ve duygu bozukluklarının daha fazla olduğu belirtilmektedir (Polat-Uluocak, 2009). Ayrıca ailelerin göçten memnun olma durumunun çocukların ruhsal sorunları üzerinde etkili olduğu ve memnun olan ailelerdeki çocukların daha az uyum problemi yaşadığı tespit edilmiş ve ayrıca sosyal desteğin göçmen çocuklar ve aileleri üzerinde psikososyal sonuçlar açısından koruyucu faktörlerden biri olduğu vurgulanmaktadır (Polat, 2007).

Çocuk Göçmenlerin Travmatik Deneyimleri

Göçmenlik; göç etmiş birey hangi yaş aralığında olduğuna bakmaksızın birey, grup ve toplulukların bütün ömürleri boyunca sahip olacağı bir kimlik niteliğindedir. Ana yurdundan zorla göç edenlerden en kırılgan gruplar arasında olan çocuklar, henüz tamamlanmamış gelişimleri ve kimlik yapıları nedeniyle bağlanma ve güven gerektiren konularda örselenmeye daha yatkındırlar. Çocukların göç sürecinin hiçbir aşamasında rızasına başvurulmaması gerçeği bu durumu daha komplike hale getirmektedir.

Ana yurdundan savaş nedeniyle kopmanın farklı travmatik etkileri göç sürecinin öncesi, göç süreci ve göç süreci sonrası şeklinde ele alınabilir. Umutsuzluk, çaresizlik, korku, alışkanlıklardan kopuş gibi durumlar göç öncesinde çocuklar üzerinde travmatik etkiler bırakır. Göç sırasında ve sonrasında bu travmatik etkilerin çocuklar üzerindeki ruhsal yükü arttırdığı ifade edilebilir.

Göç yolculuğunda ülke sınırları aşılrken göçmenlerin maruz kaldıkları saldırılar, işkenceler ve gördükleri olaylar çocukların daha fazla örselenmelerine neden olmaktadır. Bu çocuklar göç yolculuğunu fiziksel olarak hasarsız atlatsalar bile "geride kalan" olma ve "göçmen" olmanın etkilerini bir ömür taşıyacaklardır. Ana yurdundan zorla göç ettirilenlerin yasına yakınlarının (ebeveyn veya sevdikleri herhangi biri) kaybı eklendiğinde yas süreci patolojik bir durum alır (Volkan, 2017). Çocukların göç yolculuğunda maruz kaldığı süreç gittikleri ülkede yeni kurulacak olan düzene ve topluma uyumu zorlaştıracaktır.

Aileleri ile veya tek başlarına vatanlarını terk etmek zorunda kalan çocuklar, hem göç kararını kendileri vermedikleri için hem de gelişim çağında olduklarından kimlik yapıları gelişmemiştir dolayısıyla göç süreçlerinden en çok etkilenen gruplar arasındadır. Birçok araştırmada çocuk göçmenlerde; travma sonrası stres bozukluğu, hiperaktivite bozukluğu, düşük benlik saygısı, uyumsuzluk, düşük yaşam doyumu, madde bağımlılığı, suç, zorbalık yapmak gibi sorunlar meydana geldiği ifade edilmektedir (Polat, 2007; Atasü-Topçuoğlu, 2014).

Çocuk göçmenlerin, göç sürecinden etkilenme düzeyi çocuğun gelişimsel evrelerine göre değişiklik göstermektedir. Özellikle güven ilişkisi, sosyalleşme süreci ve beyin gelişimi tamamlanmamış bir dönemde okul çağına gelmemiş 0-6 yaş arası çocuklar, gittikleri yere daha fazla uyum gösterebilirler de uzun vadede yeni bir kimlik oluşturmada ve güvenli hissetmede sorunlar yaşamaktadırlar. Okul çağındaki çocuklar ve ergenler ise

kısa ve uzun vadede uyum ve entegrasyon sorunları yaşamaktadırlar. Bu çocuklar anayurtlarına bağımlı birer kişilik oluşturmakta ve dil problemleri yaşayabilmektedir (Thabet & Vostanis, 1999).

Göç Sürecinin Okul Öncesi (0-6 yaş) Çocuklar Üzerindeki Travmatik Etkileri

Okul öncesi dönemdeki çocuklar yetişkinlere bağımlıdırlar. Temel ihtiyaçlarının karşılanması, tehditlerden korunulması ve güvenin kazanılması için bulundukları ortamın ve çevrelerindeki kişilerin değişmezliğine gereksinim duymaktadırlar. Bu gereksinimin sağlanmadığı göç sürecinde çocuklar kendilerini çaresiz ve savunmasız hissetmektedirler.

0-3 yaş arasındaki çocuklar travmatik göç yaşantısı karşısında ağlama, uyku sorunu, kâbus ve iştah kaybı gibi tepkiler verirler. Annelerinin yanından ayrılmaya karşı direnç gösterebilirler ve yabancıardan korkma eğilimi içerisindedirler. 3-6 yaş arasındaki çocuklarda göç travmasında bu belirtilere ek olarak regresyon (altını ıslatma, tırnaklarını yeme, parmak emme vs.), saldırganlık ve içe kapanma gibi tepkiler söz konusu olabilir. Ayrıca bu yaştaki çocuklar travmatik olayı yani göç sürecinin herhangi bir anını oyuna dönüştürerek ve yeniden canlandırarak davranışlarına yansıtabilmektedirler (Eroğlu, 2020).

4-6 yaş grubundaki çocuklarda gelişimsel olarak genelde suçluluk ve utanç duyguları gelişmektedir. Ayrıca bu dönemdeki çocuklar, somut ve ben merkezci düşünmektedir. Bu gelişimsel özellikler göçe maruz kalmış çocuklarda yaşadıkları yüzünden kendini sorumlu tutma eğilimini meydana getirmektedir. Çocuklar kaybedilen her birey veya nesnenin; kendi duygu, düşünce veya davranışlarından kaynaklandığını düşünür dolayısıyla yoğun suçluluk ve utanç duygusu yaşarlar (Erden & Gürdil, 2009).

Akhtar (2010), kimlik gelişiminin bebekliğin ilk günlerinde değil doğum öncesi zamanlarda başladığını vurgular. Kimliğimizin atalarımızdan bize miras kaldığını artık bilmekteyiz. Bunlardan biri olan ve bebeğin kimlik yapısını şekillendiren belirleyicilerden biri ebeveynlerin doğacak olan çocuğa ilişkin beklenti ve arzularıdır[1]. Bebek, 5-9 aylıkken farklılaşma ve 9-18 aylıkken alıştırmaya evrelerindedir. Bu evrelerde ruhsal kendiliği ile annesinininkini ayırmaya başlamaktadır. Daha sonraki dönemlerde de (20 ay civarı) kendilik hisleri güçlenmeye başlamaktadır. Yeni bir dünyayı keşfe çıkabilmenin güveniyle anneden kopmanın güvensizliği arasında bocalarken dönüp annenin varlığını kontrol ediyor. Annenin bu süreçte duygusal açıdan erişilebilir olması bocalamayı yavaş yavaş durdurmaktadır. Bebeğin herhangi bir travmaya maruz kalmadan kendilik hissinin istikrarlı bir şekilde sürdürülmesi kimliğinin doğuşu anlamına gelmektedir (Akhtar, 2010).

Göç Sürecinin Okul Çağında Olan (6-12 yaş) Çocuklar Üzerindeki Travmatik Etkileri

Bu dönemdeki çocuk göçmenler, önceki gelişim evrelerine yönelik birtakım tepkiler geliştirebilirler. Altını ıslatma, yalnız uyuyamama, dikkat bozukluğu gibi sorunlar tekrar ortaya çıkabilir. Dikkat bozuklukları; göç edilen yerde okul başarısını düşürebilme, öğrenmeyi güçleştirmekte ve okula gitmeyi reddetme gibi sorunlara eşlik edebilmektedir. Libidonal enerjinin akran çevresi ve sosyal yaşantıda olduğu bu dönemde çocuk göçmenler kişilerarası ilişkilerden kendini soyutlayabilmektedir. Saldırgan davranışları nedeniyle arkadaş ilişkilerinde bozulmalar meydana gelebilmekte ve izole bir yaşama

sürüklenebilmektedirler. Ayrıca bu dönemde yaşanan bir göç çocuklar üzerinde depresyon ve somatoform bozukluklara neden olabilmektedir (Thabet & Vostanis, 1999). Soyut düşünebilme becerileri kazanan okul çağındaki çocuk göçmenler, kaybın geri dönülmez bir yol olduğunu ve ölen kişinin bir daha geri gelemeyeceğini bilir. Çocuk, düşler yoluyla bu travmatik deneyimin üstesinden gelmeye, çaresizlik durumları ve duygularından nasıl çıkması gerektiği ve baş edeceği konusunda çaba sarf edebilir. Ancak bu gelişimsel dönemde çocuğun zihinsel süreçlerden sonra travmatik olayı önleyebileceğini düşlerken bir yandan da gerekeni yapamamış olmaktan dolayı kendini suçlayabilmektedir.

Akhtar (2010), çocuğun cinsiyet farkındalığının, Odipus ve Elektra komplekslerini ortaya çıkardığını ifade eder. Bu karmaşanın ne şekilde aşıldığı veya bir saplantı olup olmadığının kimlik kazanımı bağlamında önemli etki ve sonuçları bulunmaktadır. 6-12 yaş döneminde kimlik, bireysellikten çıkıp artık bir aileye veya bir gruba ait olma çabası düzeyindedir. Bunun sonucunda ortaya "biz" ve "onlar" anlayışı çıkar. Bu anlayış göçmen çocuklar üzerinde anayurdundakilerle özdeşim kurarak kültürel ve etnik bir boyut kazanır (Akhtar, 2010).

Göç Sürecinin Ergenler (12-18 yaş) Üzerindeki Travmatik Etkileri

Ergenlik dönemi, bireylerin kimlik gelişimlerinin olduğu bir dönem olarak bilinmektedir. Göçün tüm süreçlerinde (göç öncesi, göç sırası veya sonrası) ergenler, henüz hazır olmadıkları yetişkin rolünü üstlenmekte zorlanabilirler. Bu durum bir kimlik kazanmaya karşı kimlik karmaşasına neden olmaktadır. Sevdiklerini ve bağımsızlıklarını kaybetme endişesi; yalnızlık ve strese dönüşebilmektedir. Sürekli gerginlik, fiziksel yakınmalar, iştah ve uyku bozuklukları, travmatik olayın sürekli zihinde canlandırılması gibi sorunlar bu depresif tabloya eşlik edebilmektedir.

Göç sürecinde yaşanan travmalar (ebeveyn kaybı, alışkanlıklardan uzaklaşma, dil problemi, yas süreci vs.) hakkında çıkarımlarda bulunabilecek bir gelişimsel dönemde olan ergenler başa çıkma yöntemi olarak; okula başlamayan veya okul çağındaki çocuklar gibi oyun veya düşler yerine kendilerine zarar verecek davranışlar sergileyebilir. Yaşadıkları kaygıdan ötürü saldırgan veya antisosyal davranışlar gösterebilir. Aile içi sorunlar ve akademik başarısızlık gibi sorunlar göçmen ergenlerin benlik değerini ve kendine olan güvenini sarsabilmektedir. Soyut ve çok yönlü düşünebilme becerileri olan ergen göçmenler; travmatik olayın sonuçlarını detaylı bir şekilde değerlendirebilmektedir. Bu değerlendirme sonucunda geleceğe yönelik bir karamsarlık oluşturmakta ve gelecek planlaması yapmakta zorlanabilmektedirler (Erden & Gürdil, 2009).

Akhtar (2010), ergenlik döneminde ödipal çatışmaların bir kenara bırakıldığını ifade eder. Bu dönemde denetim, özerklik ve cinsel kimlik ön planda olmaktadır. Bu evrelerin yaşanan bir travma kimliğinin belirlenmesinde önemli belirleyicilerden biri olduğu görülmektedir (Akhtar, 2010).

Volkan' a göre (2019) çocuklar yetişkinler gibi sağlam kurulmuş bir zihinsel temsile sahip değildirler ve yetişkinler gibi yas tutmazlar. Preödüpal dönemdeki çocuklar, kayıptan sonra, bir şeylerin eksikliklerini hissederler fakat bu his aç olma hissinden farksızdır yani çocuk bu hissi tanımlamakta güçlük çeker. Göçmen çocukların kayıp karşısındaki tepkilerini; çocuğun yaşı, kaybın türü, evin güvenliği, ebeveynlerin becerileri ve doğuştan

gelen dayanıklılıklar gibi etkenler belirlemektedir. Bu yalnızca kaybedilen sevilen bir kişi değil aslında bir nesne de olabilir. Bu açıdan çocuğun kaybettiği ve mevcutta var olan deneyimi arttığı sürece çocuğun tuttuğu yas da yetişkininkine o kadar benzer. İlk çocukluk döneminde çocuklar ölüm kavramını net olarak tanımlayamayabilir. Kaybın geri gelebileceğini düşünmekte ve buna düşlerinde yer vermektedirler. Orta çocukluk ve özellikle ergenlikte çocuklar ölümün kesinliği hakkında gerçek bir algıya sahip olabilmektedirler.

Volkan'a göre (2019), göre göçmen çocukların yaşamlarını etkileyen ikinci bir psikolojik faktör olarak "depolanmadan" bahsetmektedir. Ebeveynler; travmatize olmuş kendilik imgelerini depolamakta ve onlara bu imgelerle uğraşmaları için görevler verebilmektedir. Depolamanın çocuktaki "özdeşim" ile bağlantısı olduğu vurgulanmaktadır. Bu özdeşimde çocuk, yetişkine ait imgeleri alır ve içselleştirir. Yani göçmen çocuk, bilinçdışı bir şekilde yetişkine ait kendilik imgesini daimi bir depo olarak kullanır. Volkan (2019), bu duruma "yaşayan heykel" demektedir. Ergenlerin regresif ve progresif eylemlerin hakimiyeti altında olduğunu ifade eder. Zorunlu göç, ergenlerin içsel ve dışsal karmaşalarının birleşmesine ve böylelikle "çifte yas" tutmalarına neden olmaktadır. Ergenler ana yurtlarını terk ederken aynı zamanda çocukluklarını da terk ederler. Bu da henüz hazır olunmamış bir yetişkinlik sürecinin başlangıcı olarak ergenleri travmatize etmektedir.

Göçmen Çocuklar ve Sosyal Hizmet

Sosyal hizmet, en basit anlamda, insanların sosyal çevreleri ile onları daha işlevsel bir hale getirmeyi ve işlevsellik sürecini olanaklı bir hale getirmek amacıyla içinde bulundukları çevrelerini değiştirmeyi bir amaç olarak belirleyen bir meslektir (Sheafor & Horejsi, 2003: 1). Birey, grup ve toplulukların; psikososyal ve fiziksel iyilik durumu çevresi ile adaptasyonu ile doğru orantılı olarak artış göstermektedir. (Polat, 2007). Bir risk grubu olarak çocuklar sosyal hizmet açısından değerlendirildiğinde göç sürecinde birçok sorunla karşılaşabilmektedir. Göç sürecinde refakatsiz çocuklara ve travmatik nedenlerle göç etmiş ailelerin çocuklarına psikolojik destek hizmetlerinin sağlanması gerekmektedir (Öztürk, 2023). Göçmen çocukların göç sürecinde aile bireylerini kaybetmeleri, bu süreci tek başına deneyimlemeleri onlar için göç etme sürecini daha fazla zorlaştırabilmektedir. Dolayısıyla göçmen çocukların yerel topluma uyumunda aktif rol alan kamu kurum ve kuruluşlarının refakatsiz olan bu çocuklara yönelik koruyucu aile, evlat edinme gibi hizmetlerin kapasitelerinin geliştirilmesi de büyük önem taşımaktadır. Yapılan alan yazı taramasında eğitim öğretim hayatına devam edemeyen çocukların ihmal ve istismar riskine maruz kalma oranlarının daha fazla olduğu, TSSB semptomlarına, fiziksel ve psikolojik gelişimlerinde çeşitli sorunlara neden olduğu (Polat, 2007), çocukların eğitim olanaklarından yararlansa bile yerel topluma uyum konusunda problemler yaşadıkları (Uluocak, 2009) ve göç deneyimi olan çocuklarda eğitim sürecinde, dikkat sorunları, okul başarılarının düşmesi, okula gitmeyi reddetme, öğrenme ve davranış bozukluklarının olduğu görülmektedir (Gözübüyük, vd., 2015).

Göçmen çocuklar açısından değerlendirildiğinde sosyal çevrenin ruh sağlığı üzerinde belirleyici bir rolü bulunmaktadır (Polat, 2007). Özellikle dil konusunda yetersizliği olan göçmen çocukların akranları, sosyal çevreleriyle iletişim kurarken güçlük yaşamalarına neden olmakta bu da onların yaşayabilecekleri travma durumlarını daha da artırabilmektedir. Nitekim Atasü - Topçuoğlu'na göre (2015), özellikle çocukların

durumlarının tespit edilmesi amacıyla her iki dile ve kültüre vakıf olan tercüman aracılığıyla gerekli çevirilerin yapılması gerektiği vurgulanmaktadır. Bunun yanında çocukların dil becerilerinin gelişimi açısından yerel ülke tarafından eğitim ile ilgili göçmen çocuklara uygun eğitim standartlarının oluşturulması da önemlidir. Çocuk Hakları Sözleşmesine göre 'çocuğun yüksek yararı ilkesi', 'çocuğun hayatta kalma, güvenlik ve gelişme hakkı', 'çocukların her türlü istismar, şiddet, ihmal ve sömürüden korunma hakkı' ve 'ayırım yapmama, çocuğun görüşlerini serbestçe açıklama ve katılım hakkı' bulunmaktadır. Bu sebeple çocukların her türlü ihmal veya istismar durumuna karşı korunması, yaşam haklarının güvence altına alınması ve toplumsal yaşama katılımı noktasında gerekli çalışmaların yapılması önemlidir. Hak temelli yaklaşım açısından da diğer bütün çocuklara olduğu gibi göçmen çocuklara karşı da yapılması gerekmektedir. Araştırmada bazı göçmen çocukların kayıt dışı çeşitli işlerde çalıştığı ve sömürüye açık oldukları, bu duruma karşı hem arzı hem de talebi düzenleyecek yöntemlerle mücadele etmenin gerekliliği görülmektedir. (Atasü-Topçuoğlu, 2015).

Çocukların benliksel gelişimi büyük oranda aileden etkilenmektedir (Özdemir & Budak, 2017). Bu sebeple ailelerin yaşadıkları sorunlar çocuklara da yansiyabilmektedir. Nitekim Aydın, Şahin ve Akay'a göre (2017), göçmen ailelerin sağlık, eğitim barınma, uyum problemi yaşama, yabancılaşıma, güvenlik alanlarında karşılaştığı problem ve riskler çocukları doğrudan etkilemektedir. Göç sürecinde ailede yaşanan ve post-travmatik süreç olarak da tanımlanabilen sürecin çocuğun gelişimine olumsuz etkileri bulunmaktadır (Kızmaz & Bilgin, 2010). Göç sürecine dahil olan ebeveynlerde göç süreci ile meydana gelen stres bozukluğu, psikososyal problemlerin çocuklarda görülme ihtimali daha yüksek olarak karşımıza çıkmaktadır (Erdoğan, 2012). Bundan ötürü ailelere yönelik destekleyici mekanizmaların oluşturulması çocukların gelişimini sağlıklı bir şekilde sürdürebilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Bunlar ailelere yönelik yeni istihdam olanaklarının yaratılması, eğitim, sağlık, güvenlik vb. ihtiyacının giderilmesi şeklinde sıralanabilir.

Göçmen çocuklar, Lee'nin itme-çekme kuramı açısından değerlendirildiğinde çocukları göç sürecine iten sebeplerin ve göç sürecine dâhil olma serüvenlerinin bilinmesi çocuğun yüksek yararının sağlanması açısından önem arz etmektedir. Çünkü çocukların göç sürecinde ve öncesinde yaşadıkları problemler hayatlarının geri kalan dönemlerinde büyük izler bırakabilmekte, ileriki yaşamlarında da birçok travmaya maruz kalmalarına sebep olabilmektedir. Bu sebeple genel anlamda göçmen topluluklarının ve göçmen çocukların sağlık kurumları ve sosyal hizmetlere erişiminin kolaylaştırılması konusunda detaylı durum tespiti araştırması, hizmet modelleri geliştirilmesi gerekmektedir (Yeşilyurt, 2024).

SONUÇ

Göç olgusu, birey, grup ve topluluklar üzerinde çeşitli etkiler ve bu etkiler neticesinde farklı sonuçlar doğuran komplike bir sürece karşılık gelmektedir. Göç süreci içerisinde en savunmasız gruptan biri olan çocuklar fiziksel, duygusal ve daha birçok açıdan farklı risklerle karşı karşıya kalabilmektedir. Bu çalışmada çocukların göç ile beraber yaşadıkları travmatik durumların çeşitli yaş gruplarında olan çocuklara göre farklılıklar gösterdiği ve bu farklılıkların yaşamları üzerinde uzun dönemler boyunca etkili olduğu görülmektedir. Okul öncesi dönemde olan çocuklarda güven eksikliği, depresyon ve sosyal yalıtılmışlık; ergenlik döneminde ise kültürel kimlik karmaşası, karamsarlık ve sosyal olana karşı

davranışlar sergileme gibi problemlerin öne çıktığı vurgulanmıştır. Göç sürecine dâhil olan çocuklarda travmalar hem onların bireysel gelişim süreçlerini hem de topluma adaptasyon süreçlerini olumsuz etkileyerek onların yaşamlarında kalıcı etkilere neden olabilmektedir. Bu bağlamlarda göç sürecine dâhil olan çocukların ihtiyaçlarına yönelik politikaların oluşturulması ve mevcutta var olan politika ve müdahalelerin geliştirilmesi ve göçmen topluluklara entegre edilmesi önem arz etmektedir. Göç sürecine dâhil olan çocuklar için sosyal hizmetlerin ulaşılabilir hale getirilmesi; eğitim, sağlık gibi temel ihtiyaçlara erişimin artırılması ve psikososyal destek mekanizmalarının geliştirilmesi, bu sürecin olumsuz etkilerinin azaltılması açısından büyük önem taşımaktadır. Göçmen çocukların temel haklardan mahrum kalmasının önüne geçilmesi, onların haklarının korunması ve içinde bulundukları aile yapılarının güçlendirilmesi ise, bu çocukların topluma entegrasyonu ve adaptasyonu açısından temel gereklilikler arasında yer almaktadır.

Göç sürecine dâhil olan ailelerin yaşadıkları ve deneyimledikleri ekonomik, psikososyal problemler, doğrudan olmasa da dolaylı olarak çocukları etkilediğinden, ailelere yönelik barınma, eğitim, istihdam, sağlık hizmetlerinin de geliştirilmesi gerekmektedir. Göçe maruz kalan çocukların karşılaştıkları sorunların çözümünde, insan haklarını temel alan bütüncül yaklaşımların benimsenmesi gerekmektedir. Çocukların göç sürecinde karşılaştıkları risk ve problemlerden uzun vadede etkilenmelerini azaltmak ve bu etkileri kontrol altına alabilmek için hem yerel hem de uluslararası düzeyde etkin politikalar geliştirilmelidir. Ayrıca, bu çocukların topluma uyumlarını destekleyecek uygulama ve projelerin hayata geçirilmesi; en önemlisi ise temel ihtiyaçlarından doğan hizmetlere erişimlerinin kolaylaştırılması büyük önem taşımaktadır. Bu çalışma, göç sürecine dâhil olan 18 yaş altı bireylerin karşılaştıkları zorluklara ışık tutmayı ve bu doğrultuda yapılabilecek bilimsel, politik ve toplumsal çalışmalara katkı sunmayı amaçlamaktadır. Göç sürecindeki çocukların refah düzeylerinin iyileştirilebilmesi için tüm paydaşların sorumluluklarını yerine getirmesi gerekliliği açıkça ortaya konmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akhtar, S. (2010). Göç ve kimlik: Kargaşa-sağaltım ve dönüşüm, (çev.: M. Alkan, S. Uyanık, & A. Köşkdere). İstanbul: Meta Basım.
- Akinci, B., Nergiz, A., & Gedik, E. (2015). Uyum süreci üzerine bir değerlendirme: Göç ve toplumsal kabul. *Göç Araştırmaları Dergisi*, (2): 58-83.
- Atasü Topçuoğlu, R. (2014). Hayatı değiştirmek için yola çıkanlar - yola çıkınca değişen hayatlar: Bir müracaatçı grubu olarak göçmen çocuklar. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 25 (1): 89-108.
- Atasü Topçuoğlu, R. (2015). Türkiye’de göçmen çocukların profili, sosyal politika ve sosyal hizmet önerileri hızlı değerlendirme araştırması. İsveç Uluslararası Kalkınma ve İşbirliği Ajansı ve Uluslararası Göç Örgütü (IOM).
- Avrupa İstatistik Ofisi - Eurostat (2020). Çocuk verileri. EA: <https://ec.europa.eu/eurostat>.
- Aydın, D., Şahin, N., & Akay, B. (2017). Göç olayının çocuk sağlığı üzerine etkileri. *İzmir Dr. Behçet Uz Çocuk Hast. Dergisi*, 7(1): 8-14.
- Bengi Arslan, L., Verhulst, F. C., van der Ende, J., & Erol, N. (1997). Understanding childhood problem behaviors from a cultural perspective: Comparison of problem behaviors and competencies in Turkish migrant, Turkish and Dutch children, *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, (32): 477-484.

Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu - UNICEF (2016). Köklerinden Koparılanlar Raporu. <http://www.un.org.tr/unicef-dunyada-koklerinden-koparilmis-nerede-yse-50-milyon-cocuk-var/>

Çağlayan, S. (2006). Göç kuramları, göç ve göçmen ilişkisi. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (17): 67-91.

Diler, R.S., Avcı, A., & Seydaoglu, G. (2003). Emotional and behavioural problems in migrant children, Swiss Medical Weekly, (133): 16-21.

Erden, G., & Gürdil, G. (2009). Savaş yaşantılarının ardından çocuk ve ergenlerde gözlenen travma tepkileri ve psiko-sosyal yardım önerileri. Türk Psikoloji Yazıları, 12 (24): 1-13.

Erdoğan, M.Y. (2012). Sokakta çalışan çocukların depresif belirti düzeylerinin taranması: karşılaştırmalı bir çalışma. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (28): 77-87.

Eroğlu, M. (2020). Etnik kimlik, savaş ve göç olgularının çocuklar ve ergenler üzerindeki psikolojik etkileri. Uluslararası Sosyal Bilgilerde Yeni Yaklaşımlar Dergisi (IJONASS), 4 (1): 94-105.

Fawcett, J. T. (1985). Migration psychology: New behavioral models. Population and Environment, (8): 5-14.

Fazel, M. & Stein A. (2003). Mental health of refugee children: comparative study, BMJ 327(7407): 134.

Gözübüyük, A.A., Duras E, Dağ H, & Arıca, V. (2015). Olağanüstü durumlarda çocuk sağlığı. Journal of Clinical and Experimental Investigations, (3): 324-330

Gün, Z. (2002). Çocuk ve Göç. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir Ege Üniversitesi.

Güzel, S. (2013). Göçmen çocuklar ve Denizli'de yaşam koşulları. Sosyolojik Araştırmalar e-Dergisi, 1-36.

Heptinstall, E., Sethna, V. & Taylor, E. (2004). PTSD and depression in refugee children: associations with pre-migration trauma and post-migration stress. European Child and Adolescent Psychiatry, (13): 373-380.

Janssen, M., Verhulst, F.C., Bengi Arslan, L., Erol, N., Salter, C.J., & Crijnen, A. (2004). Comparison of self-reported emotional and behavioral problems in Turkish immigrant, Dutch and Turkish adolescents, Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology, 39 (2): 133-140.

Kızmaz, Z. & Bilgin, R. (2010). Sokakta yaşayan/çalışan çocuklar ve suç: Diyarbakır örneği. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 9 (32): 269-311.

Özdemir, A., & Budak, F. (2017). Göçün çocuk ruh sağlığı üzerine etkileri. Kadem Kadın Araştırmaları Dergisi, 3 (2): 212-223.

Öztek, Z. & Bertan, M. (1982). Yurt dışına göç ve sağlık. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Toplum Hekimliği Enstitüsü Yayını.

Öztürk, E. (2023). Göç psikolojisi ve göç travması: Sınırlar aşırı bir yaşam deneyimi olarak gelişimsel göçün dissoanalizi. Artuklu İnsan ve Toplum Bilim Dergisi, 8 (2): 233-253.

Polat, G. (2007). İç göçün çocuk ruh sağlığına etkisi ve sosyal hizmet müdahalesi. Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi, 18 (1): 89-106.

Polat Uluocak, G. (2009). İç göç yaşamış ve yaşamamış çocukların okulda uyumu. Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi, (26): 35-44.

Stevens, G.W.J.M., Pels, T., Bengi Arslan., Verhulst, F. C., Vollebergh, W.A.M., & Crijnen, A.A.M. (2003). Parent, teacher and self-reported problem behavior in the Netherlands, Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology, (38): 576-585.

Şimşek Türütgen, Z. & Erol, N. (2002). Kentleşme sürecinde çocuk ruh sağlığı ve sosyal hizmet. (edt. U. Onat). Kentleşme Sürecinde Sosyal Hizmet. Ankara: Sabev.

Thabet, A. A. M., & Vostanis, P. (1999). Post-traumatic stress reactions in children of war. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 40 (3): 385-391.

Tuzcu, A. & Ilgaz, A. (2015). Göçün kadın ruh sağlığı üzerine etkileri. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar-Current Approaches in Psychiatry*, 7 (1): 56-67.

Uluocak, G. P. (2009). İç göç yaşamış ve yaşamamış çocukların okulda uyumu. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, (26): 35-44.

Volkan, V. D. (2019). Göçmenler ve mülteciler: travma, sürekli yas, önyargı ve sınır psikolojisi. Ankara: Pusula Yayınevi.

Yeşilyurt, H. (2024). Gudrun Pausewang'ın Kâbus adlı kısa öyküsünde göç ve travma. *Diyalog Interkulturelle Zeitschrift Für Germanistik*, 12 (1): 132-145.