

## Hayat Şarkısı Dizisi Örneğiyle Medyada Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği

### Gender Inequality in the Media with Example of the Song of Life Series

**Hatice Defne İnce**

Üsküdar Üniversitesi Yeni Medya ve Gazetecilik Yüksek Lisans Öğrencisi

dfneince@gmail.com

ORCID: 0000-0002-0534-6620

**Gönderim Tarihi:** 15.05.2023

**Kabul Tarihi:** 30.03.2024

**Yayımlanma Tarihi:** 28.06.2024

#### **Nasıl Atıf Yapılır:**

İnce, Hatice Defne. “Hayat Şarkısı Dizisi Örneğiyle Medyada Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği”. *Eklektik Sosyal Bilimler Dergisi* 2, sy. 1 (Haziran 2024): 1-30.

# Hayat Şarkısı Dizisi Örneğiyle Medyada Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği<sup>1</sup>

Hatice Defne İnce<sup>2</sup>

## Öz

Biyolojik cinsiyet olan kadın ve erkek dışında toplumun biçtiği toplumsal cinsiyet rolleri toplumu şekillendirmektedir. Toplumsal cinsiyet çok katmanlı bir yapıdır. Toplumsal roller ailede başlar, sosyal hayatta devam eder. 20. yy. başlarında başlayan kitle iletişim araçlarındaki gelişme yüzyılın ortasında geniş yayılım alanı bulmuş ve kitleleri etkileme gücüne erişmiştir. Kitle iletişim araçlarıyla üretilen ve yayılan içerikler toplumu şekillendirmede en etkili güçlerden biridir. Medya içerikleri bireyleri etkileme gücüyle toplumsal rollerin oluşmasında belirleyici öneme sahiptir. Toplum üzerindeki etkisinden, 4. güç olan medyada toplumsal cinsiyet rollerinin sunumu nasıldır sorusuna dizi, film, reklam ve programlar üzerinden cevap aranmaktadır. Çalışmada toplumsal cinsiyet rolleri medya içerikleri bazında değerlendirilmiş, literatür taraması aşamasında dergi, gazete, film ve diziler üzerine incelemeler yapılmıştır. Söylem analizi yöntemi kültür ve dil ile ilişkili olduğundan insanı konu alan araştırmalarda kullanılır. Çalışma söylem kavramı üzerinden incelenmiştir. Örneklem olarak seçilen Hayat Şarkısı dizisi söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir. Dizi, geleneksel değerleri önemseyen bir ailede kadın ve erkek rollerinin belirgin şekilde ayrılmış olmasından dolayı seçilmiştir. 57 bölümlük dizi ilk 10 bölüm sonrası toplumsal cinsiyet rollerinin sunumu açısından tekrara düştüğü için inceleme ilk 10 bölümle sınırlandırılmıştır. Hayat Şarkısı dizisi üzerinden yürütülen araştırmada elde edilen bulgular erkek ve kadın rollerinin esnek olmadığı toplumsal cinsiyet rolleriyle ilişkili şekilde ilerleyen sahneler ve repliklerle ayrımcılığın tekrarlandığı şeklindedir. Medya içeriklerinde kadının temsilinde türler değişse de roller değişmemektedir. Medyada toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ataerkil ideolojiden farklı olmadığı, kadının geleneksel kalıplara sıkıştırıldığı, özel alanla sınırlandırılarak eş, anne sıfatlarıyla

1 Bu çalışma, yazarın Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yeni Medya ve Gazetecilik Yüksek Lisans programında Prof. Dr. Nazife Güngör danışmanlığında hazırlanan *Yeşilçam Sinemasında Gecekondulaşma* adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

2 Üsküdar Üniversitesi Yeni Medya ve Gazetecilik Yüksek Lisans Öğrencisi, dfneince@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0534-6620

la daha çok temsil edildiği sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** *Toplumsal Cinsiyet Temsili, Medya, Kadın, Yerli Diziler*

## Gender Inequality in the Media with Example of the Song of Life Series

### Abstract

The role of women and men, mainly shaped by the society's gender socialisation process, as a multi-layered structure, is socially constructed, in the family and maintained in all aspects of private and public life.

Media, emerging as a phenomenon, in the early part of the 20th century, developed into a major power, influential on shaping the individuals and the society at large, through mass production and dissemination of its content, which has been making a significant impact on the formation and sustention of social roles. The issue of as to how gender roles are presented in the media, is critically analysed through TV series, advertisements and various other programmes.

In this study, following the literature review, gender roles were scrutinised through media content, newspapers, magazines, films and TV series, by employing the method of discourse analysis, due to its relational value to culture and language.

As a viable sample for the research, the Turkish TV series "Hayat Şarkısı" (*Song of Life*) was selected, as its portrayal of gender roles by the characters, was clearly defined.

The research was limited to the first 10 of the 57 episodes of the series, as it tended to repeat itself, in terms of gender roles, non-conductive to this study.

The research findings concluded that gender roles of women and men were non-flexible or dynamic and that discrimination was persistent and prevalent in the TV series concerned. Furthermore, media representation and patriarchal ideology complement one another, furthering gender inequality, by confining women to the private sphere and the traditional role patterns, as mothers and wives only.

**Keywords:** *Social Gender Representation, Media, Woman, TV Series.*

## Giriş

Biyolojik olarak belirlenen eril ve dişil cinsiyetin toplumda çeşitli rollere bürünmesi toplumsal cinsiyeti oluşturur. Kişilere biçilen roller ırk, din, kültür ve ideolojilerle belirlenir ve toplumdan topluma farklılıklar gösterir. Toplumsal cinsiyet kavramını 1955 yılında literatüre kazandıran

Amerikalı araştırmacı John Money, toplumsal cinsiyeti cinsel kimliğe yüklenen davranışların açıklaması olarak tanımlar.<sup>3</sup>

Toplumsal cinsiyet rollerinin gelişimini etkileyen aile, eğitim, kültür ve kişilik özellikleri baz alınarak çeşitli kuramlar geliştirilmiştir. Biyolojik kuram<sup>4</sup>, doğuştan gelen biyolojik farkların toplumsal rolleri etkileyerek şekillendirdiğini öne sürer. Sosyal Rol Kuramı<sup>5</sup> ise cinsiyetlere has rollerin doğuştan olmadığını deneyim ve toplumdan etkilenecek şekilde şekillendiğini savunur. Sosyal Öğrenme<sup>6</sup> Kuramı, davranış kalıplarının şekillenmesinde gözlemin önemine dikkat çekerek zamanla geliştiğini savunur. Bilişsel Gelişim<sup>7</sup> Kuramı, bireyin kendi algısıyla toplumdan bağımsız olarak cinsiyet farkındalığına sahip olduğunu ileri sürer. Birbirinden bağımsız süreçler şeklinde ilerleyen dönemlerden oluşur ve dönemlerin gelişim özellikleri farklıdır. Toplumsal Cinsiyet Şeması<sup>8</sup> Kuramı, çocukluktaki gözlemlerin önemini belirterek davranış kalıplarının oluştuğunu savunur.

Masalarda erkek kurtarıcıdır, kadınlar güzellik peşindedir. Erkeğin desteğine ihtiyaç duyan amacı evlilik olan kötü rollerde de yine kadınlar üzerinden rollerin biçildiği

---

3 Marina Cortez, Paula Gaudenzi ve Ivia Maskud, “Gender: Pathways and Dialogues Between Feminist and Biomedical Studies from the 1950s to 1970s”, *Physis: Revista de Saude Coletiva*, sy. 29 (2019). Erişim 12 Mayıs 2023. /<http://feministbellek.org/>.

4 David M. Buss, “Psychological Sex Differences. Origins Through Sexual Selection”, *American Psychologist* 50, sy. 30 (1995): 164.

5 David P. Schmitt, “Are Men Universally More Dismissing Than Women? Gender Differences in Romantic Attachment Across 62 Cultural Regions”, *Personal Relationships* 10, sy. 3 (2003): 307-333’ten akt. Fatih Keskin ve Aycan Uluşan, “Kadının Toplumsal İnşasına Yönelik Kuramsal Yaklaşımlara Dair Bir Değerlendirme”, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 26 (2016): 53.

6 Albert Bandura, *Social Learning Theory* (New York: General Learning Press, 1977), 3.

7 Hasan Bacanlı, *Gelişim ve Öğrenme* (Ankara: Nobel Yay., 2002).

8 Sandra Lipsitz Bem, “Gender Schema Theory: A Cognitive Account of Sex Typing”, *Psychological Review* 88, sy. 4 (1981): 355.

anlaşılır. Prensi tarafından kurtarılmayı bekleyen prenses imajı masallarda ana konulardandır. Sanayi Devrimi sonrası iş yaşamına giren kadın, şartların gereği olarak kamusal alana açılrsa da yine de birincil görevi ev işleri, annelik ve eş olarak tanımlanır. Kadınlar için önce özel alan sonra kamusal alan gelmeye devam eder.

Toplumun kadın ve erkeğe biçtiği roller sinema ve televizyonda da tekrarlanır. Sinemada güç temsili olarak görülen erkek ve ezilen kadın prototipi devam eder. Erkekler kendilerine haber, spor ve siyaset programlarında yer bulurken; kadına yönelik programlar ev işi, çocuk bakımı ve moda ağırlıklıdır. Televizyon program yapımında da benzer şekilde erkekler akli ve bilgisiyle ön plandayken kadınlar bedeni ve cinselliğiyle kendisine yer bulabilmiştir.

Bu çalışmada medya içerikleri olan reklam, dizi, sinema ve televizyonda kadının temsili, toplumsal cinsiyet kavramı çerçevesinde incelenecek ve değerlendirilecektir. Hayat Şarkısı dizisi örneklem olarak seçilmiş ve söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir. Toplumsal cinsiyetin televizyon ve sinema üzerinden değerlendirilmesi yapılırken Türkiye’de medyada temsil edilen roller anlatılmış; sinemada ilk dönem 1980 öncesini, son dönem 1980 sonrasında açıklamaktadır.

Söylem analizi yöntemiyle hazırlanan çalışmada ilk bölümde sinema ve ikinci bölümde televizyonda kadınların yansıtılma biçimleri Hayat Şarkısı dizisi örneğiyle nedenleri belirtilerek bulgu ve sonuç bölümüyle tamamlanacaktır.

## Yöntem

Söylem analizi, metindeki anlamları oluşturan unsurları çözümlenme amaçlı sosyal bilimler alanında uygulanan yorum temelli araştırma yöntemidir. Metnin neyi nasıl anlattığı üzerinden veri elde etmeyi amaçlar. Sözsüz, yazılı ve sözlü olan metinler analiz nesnesini oluşturur. Söylem analizi yorumlardan beslenir ve yorumların sonu yoktur.<sup>9</sup> Söylem, olayın ilişki içinde olduğu yapılar arasındaki diyalektik bağdır. Olay yapıları etkilerken onlardan etkilenir.<sup>10</sup>

Medyanın söylemi üzerine yapılan incelemelerde genellikle metinlerden ve sosyo-

9 Orhan Gökçe, *İçerik Analizi: Kuramsal ve Pratik Bilgiler* (Ankara, Siyasal Kitabevi, 2006).

10 R.Wodak v.dğr., *Methods of Text and Discourse Analysis* (New Delhi: SAGE Publications, London: Thousandoaks, 2000).

kültürel etkenler ile onun parçası olan dilbilimsel analizden faydalanılır.<sup>11</sup> İnsan üzerine yapılan incelemelerde kullanılan söylem analizi yöntemi dil ile ilişkilendirilir.<sup>12</sup> Metin incelemesinde dilin kullanımının anlamlandırılması önemli ve gereklidir. Dil, toplumundan etkilenir. Okur, yazarın öyküdeki ideolojisini anlamlandırır. Söylemin yapısıyla dil yapısının ilişkili olduğunu belirten Foucault'dan aktaran Timur, mesajların dil ile verildiğini savunur.<sup>13</sup>

Wodak söylem analizi çalışmalarını tarihsel zemine oturarak ideoloji ve söylem kavramları üzerinden değerlendirmiştir<sup>14</sup> ve çalışma toplumsal cinsiyet rollerinin tarihsel bağı nedeniyle söylem kavramı çerçevesinde incelenmiştir. Sözlü ve sözsüz metinler bazında ilerleyen söylem analizi yöntemiyle öykü, karakter ve diyaloglar üzerinden Hayat Şarkısı dizisi örnekleme ile toplumsal cinsiyet eşitsizliği incelenecektir. Dizi izlenerek notlar tutulmuş karakterler rol ve davranışlarıyla incelenerek metin olarak ele alınan diyaloglar üzerinden çıkarım yapılmıştır. Araştırma verilerine dizinin ilk 10 bölümü incelenerek ulaşılmıştır. Toplumsal cinsiyet bazında yapılan inceleme için 10 bölüm sonrası toplumsal cinsiyetle ilgili sahneler benzer şekilde ilerleyerek içerik tekrara düştüğü için ilk 10 bölüm yeterli görülmüştür.

## Toplumsal Cinsiyet Kavramının Gelişimi ve Medyada Yansımaları

Tarihi çağlardan bu yana kadın ve erkeğin uyması gereken davranış kalıpları bellidir. Erkek dışarıda evin geçimini sağlamak için avlanır ya da çalışır; kadın da evde çocuklarına bakar, yemeğini yapar ve evin düzenini sağlar. Sanayi devrimi sonrası iş yaşamına girerek kamusal alanda kendine yer bulan kadının toplumsal rolü değişmiştir. Sadece evle sınırlanan kadın artık iş yaşamında da yer alır; ancak Connell'e göre (1998) kapitalizmin kâr odaklı iş dünyası cinsiyete dayalı bir ayrıma neden olur ve kadınlar ezilir. Toplumsal cinsiyet; aileden başlayarak okul ve iş yaşamındaki çevreyle birlikte ve medyanın da etkisiyle her iki cins bireylere, toplumda kabul gören kadın ve erkek davranışlarının öğretilip içselleştirilerek bireye benimsetilmesidir.<sup>15</sup>

11 Norman Fairclough, *Media Discourse* (London: Edward Arnold, 1995).

12 Atila Yüksel v.dğr., *Nitel Araştırma* (Ankara: Detay Yay., 2007).

13 Taner Timur. *Felsefi İzlenimler* (İstanbul: İmge Kitabevi, 2005), 39-62.

14 Fatma Çakmak ve Yasemin Bilişli, "İdeoloji, Söylem ve İletişim Çalışmalarında Ruth Wodak", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 19, sy. 2 (2019): 99-124.

15 Raewyn Connell, *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar* (İstanbul: Ayrıntı Yay., 1998), 79.

Toplumsal cinsiyet rolleri toplumlara göre değişiklik gösterir ve her toplumun kadın ve erkeğe biçtiği roller vardır. Amerikalı gazeteci Walter Lippman'ın 1922 yılında literatüre kazandırdığı stereotip, geniş kitlelerce benimsenmiş yargılar ile kategorize edilmiş imajlara denir ve kadın erkek rolleri stereotipleştirilir.<sup>16</sup> Bilişsel psikoloji incelemelerine göre toplumsallaştırma aktörü medyada güçlüdür ve medya, toplumun temsili olan stereotipler üzerinden cinsiyet rollerini kullanarak çocukları etkiler.<sup>17</sup>

Scott'un incelemelerine göre Amerikalı feministlerin toplumlara bağlı değişen ve cinsiyet farklılıklarına dayandırarak açıkladıkları toplumsal cinsiyet kavramı, cinsiyet teriminde var olan biyolojik determinizmin reddedilmesidir. 20. yy.'da inceleme konusu olmaya başlayan toplumsal cinsiyet, toplum tarafından kodlanmış rollerin kadın ve erkek tarafından benimsenmesiyle oluşturulan kültürden kültüre değişen davranış kalıplarıdır.<sup>18</sup> Bakışlar üzerinden kadın ve erkek rollerini değerlendiren Giddens, kadın erkeğin gözüne rahatça bakamazken erkeğin bunu rahatlıkla yapabildiğini; kadın bakışı cinsellik içerikli değerlendirilirken erkeğin bakışının masum olarak görüldüğünü belirtir.<sup>19</sup>

Medyada kadın ve erkeğe biçilen toplumsal roller, cinsiyet bağlamının devamı niteliğindedir. Bu durum toplumsal cinsiyeti biyolojik farklılığın sonucu kadın ve erkeğin eşitsiz bölünmesidir şeklinde açıklayan sosyolog Ann Oakley'in tanımıyla örtüşür.<sup>20</sup> Televizyon ve sinemanın topluma etkileri sonucu yaratılan cinsiyet temelli toplumsal roller toplumu şekillendirir.<sup>21</sup> Toplumsal rollerin kitle iletişim araçlarında iki cins arasında paylaşımının sonucu olarak LGBT bireyler büyük oranda uluslararası arena-da yok sayılarak birçok ülkenin yapımlarında kendilerine yer bulamamaktadır.

---

16 Luis Proenza, "Stereotypes and Generalities", December 13, 2003, erişim 5 Ağustos 2023, <http://www.uakron.edu/president/>

17 Liesbet Van Zoonen, "Medyaya Feminist Yaklaşımlar", *Medya Kültür Siyaset* içinde, der. Süleyman İrvan (Ankara: Alp Yay., 2002), 473-474.

18 Joan Scott, *Toplumsal Cinsiyet: Faydalı Bir Tarihsel Analiz Kategorisi*, trc. Aykut Tunç Kılıç (İstanbul: Agora Kitaplığı, 2007).

19 Anthony Giddens, *Sosyoloji*, (Ankara: Ayraç Kitabevi, 2000), 86-87.

20 Gordon Marshall, *Sosyoloji Sözlüğü*, trc. Osman Akınhay ve Derya Kömürcü (Ankara: Bilim ve Sanat Yay., 1999), 98.

21 Celalettin Vatandaş, "Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerinin Algılanışı", *Istanbul Journal of Sociological Studies* 35 (2007): 29-56.

Sinemada erkek güçlü, kadın zayıf olarak sunulur. Sinema kullanılan dil, oynanan roller ve işlenen konularla toplumsal cinsiyet rollerinin üstü kapalı ya da açık belirlendiği en bariz alanlardan biridir.<sup>22</sup>

En etkili, kullanım alanı geniş ve toplumun büyük bir kısmının yaşam çizgisinde örnek aldığı sinema ve televizyonda sunulan kadın ya da erkek rollerinin etkisi gerçek hayatta da devam eder. Erkek kendisini güçlü ve karar mekanizması her şeye yetmesi gereken birey olmak zorundaymış gibi algılar; kadın da her zaman erkeğin bir adım gerisinde olup kendisine dayatılan sosyolojik ve kültürel rollere uyum sağlamak zorunda hisseder. Bu durum her iki cinse de ağır sorumluluklar yükler. Toplumsal cinsiyet, biyolojik cinsiyet üzerinden kadın ve erkeğe yüklenen toplumsal rollerdir. Kültürel ve sosyo-ideolojik bir kavram olan toplumsal cinsiyet rolleri önce ailede öğrenilir.<sup>23</sup> Daha sonra Althusser'in *Devletin İdeolojik Aygıtları* kitabında yer verdiği okul, din, kültürel kurumlar ve medya üzerinden pekiştirilir. Toplumsal rollerine uymayan bireyler toplumdan dışlanır. Bundan dolayı herkes toplumun biçtiği rollere kendisine uymasa da uyum sağlar.<sup>24</sup>

Türkçedeki “insanoğlu” kelimesinde olduğu gibi birçok dilde insan, erkek olarak tanımlanır. Fransız düşünür Simone De Beauvoir 1949 yılında yazdığı *İkinci Cinsiyet (La Deuxieme Sexe)* adlı kitabında “kadın doğulmaz olunur” demiştir. Burada anlatılmak istenilen biyolojik cinsiyet farklarıyla toplumsal rollere yapılan vurgudur.<sup>25</sup>

Toplumsal rollerde kültürün etkisiyle her toplumda farklı davranış kalıpları beklense de özünde çok da farklı değildir. İnsanlık var olduğundan bu yana kadınlar her zaman erkeklerin arka planında kalmıştır. Kadın özel alan olan evle sınırlandırılırken erkek kamusal alanda temsil imkânı bulur.<sup>26</sup> 19. yy.'ın ikinci yarısında kadınların erkeklerle eşit haklara sahip olması çerçevesinde başlayan feminist akımlar, özellikle 1980 sonrası büyük atılım gerçekleştirmiş, erkeğin otoritesi eski gücünü bulamazken kadınlar

---

22 Yasemin İnceoğlu, *Medyada Kadın İmaji*, erişim 29.07.2023. <http://www.yasemininceoglu.com/makaleler>

23 Çiğdem Erdal, “Türkiye’de Ulusal Kanallarda Yayınlanan Prime-Time Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Rollerini Açısından Ailenin Sunumu” (Yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, 2010).

24 Louis Althusser, *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, trc. Mahmut Özışık, (İstanbul: İletişim Yay., 2000).

25 Simone de Beauvoir, *İkinci Cinsiyet*, trc. Gülnur Acar Savran (İstanbul: Koç Üniversitesi Yay., 2019).

26 Vatandaş, “Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerinin Algılanışı”, 29-59.



her alanda değişim sürecine girmiştir.

Feminist iletişim araştırmaları medyanın içerikleriyle ataerkil düzenin yeniden üretilmesini sağladığını ve kadını anne ile ev kadınlığı arasına sıkıştırarak alternatif durumların yok sayıldığını öne sürmüştür. Toplumsallaşma varsayımıyla yapılan çalışmalara göre televizyon içeriklerinde kadın erkeğe bağımlıdır.<sup>27</sup>

Medya çalışmalarını feminist akımlar perspektifinden değerlendirirken Van Zoonen sosyalist, liberal ve radikal olarak ayırır. Kadınların kamusal alanda yer alarak eşit haklara sahip olmasını savunan liberal feministler geleneksel kalıplara sıkıştırılmış kadınlık hâllerini ve dil konusunda cinsiyetçiliği reddetmişlerdir. Radikal feministler kadının ikinci planda kalmasını cinsiyet temelli ele almış, biyolojik farklılıklara dayandırmış ve cinsellikle şiddet problemlerini siyasallaştırmayı amaçlamışlardır. Sosyalist feministler ise kadın sorunlarının çözümünü ekonomiye dayandırarak kadınların üretime dâhil edilerek kamusal alanda görünür kılınmasını desteklemişlerdir.<sup>28</sup>

Türkiye’de toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin medyada temsilinde tarihin etkisini mercek altına aldığımızda Türk devletlerinde kadının erkeklerle eşit haklara sahipken erkeğin otoritesini ve gücünü merkeze alan İslam dinini kabul etmesiyle toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin başladığı anlaşılır.<sup>29</sup>

Tanzimat Dönemi ile birlikte toplumsal hayatta yapılan düzenlemeler birtakım iyileşmeler sağlasa da istenilen gelişim ve değişim, Cumhuriyet’in ilanıyla başlamış, kadınlar hak ettiği değeri görerek haklarını elde etmiştir. Birçok hakları olan ve kamusal alanda kendisine daha fazla yer bulan kadınlar 1950’lerde başlayan ekonomi politikalarıyla sosyal hayattaki düzenlemelerin arka planda kalmasıyla yine bir gerileme dönemine girmiştir. 1980 sonrası feminist akımların küresel gücü Türkiye’de de etkisini göstermiş kadınlar çalışma hayatında daha fazla yer alarak, medya temsilinde toplumdaki değişim ve gelişim hissedilir olmuştur.

Toplumları etkileme gücü en baskın olan medya, toplumsal rollerin en açık görü-

---

27 Nur Betül Çelik, “Giriş: Televizyon, Kadın ve Şiddet”, *Televizyon Kadın ve Şiddet* içinde, der. Nur Betül Çelik (Ankara: Dünya Kitle İletişimi Araştırma Vakfı KIV Yayınları, 2000), 7.

28 Berrin Yanıkkaya, “İçerideki Farklı Sesler: Türkiye’deki İletişim Araştırmalarına ve Feminist İletişim Çalışmalarına Bir Bakış”, *Kadın Çalışmaları Dergisi* 1, sy. 3 (2006): 69-71.

29 Nilüfer Göle, “Modernleşme Bağlamında İslami Kimlik Arayışı”. *Türkiye’de Modernleşme ve Ulusal Kimlik* içinde. ed. Sibel Bozdoğan ve Reşat Kasaba (İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 1999), 70-81.

nür olduğu alanlardandır ve kadınlar belli kalıplar içerisinde temsil edilirler.<sup>30</sup> Vefalı anne ve eş olan kadınlar, cinsel olarak metalaştırılmakla birlikte şiddet içeriklerinde gösterilmektedir.<sup>31</sup>

Gazete, dergi, radyo, televizyon, sinema gibi medya araçlarında kadının temsili evle sınırlıdır; uzlaşmacı, pasif ve erkeğin arkasında resmedilir. Erkek ise otorite simgesi, karar veren, cesur, akıllı gösterilir. Kadın bireysellikten uzak, her alanda erkeğe hizmet eden bir obje gibi sergilenir.<sup>32</sup> LGBT bireyler ise kendilerine son dönemlerde az da olsa yer bulabilmekle birlikte daha çok görmezden gelinmektedir. Bu konuda çalışmaları olan düşünür Foucault, “önemli olan toplumsal cinsiyet rollerini bozarak yeniden yorumlanmaya açılmalıdır. Cinsiyet rolleri biyolojik değil güç ilişkileri mekanizması şeklinde işlemektedir” diye belirtir.<sup>33</sup>

## 1) Sinemada Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği

Sinema, toplumu şekillendirmede etkili araç olmanın yanı sıra toplumun da temsilidir. Sinemada toplumsal cinsiyetin ideolojik işlevleri siyasal, dini, ırksal, etnik, sınıfsal, cinsellik açısından değerlendirilir. Toplumsal cinsiyet eşitsizliği roller, kullanılan dil, kıyafetler ve aksesuarlar üzerinden incelendiğinde medyanın diğer alanlarında yaşanan eşitsizliğin sinemada da devam ettiği görülür.<sup>34</sup>

Sinemada ilk dönem ve son dönem bazında değerlendirilmesi yapıldığında kadının toplumsal rol temsilinde iyileşme gözlense de istenen durum gerçekleşmemiştir. Kadın sinemada daha çok özel alanda yansıtılmaktadır. Erkek gibi davranan ya da giyinen kadın, saygı görürken kamusal alanda gördüğümüz erkek karakter, kadın kıyafetiyle temsil edilmemektedir. Kullanılan dil açısından da kadına “erkek gibi” denilerek itibar sağlama amaçlanırken erkeğe “kadın gibi” denilmesi itibar zedeleme amacıyla

30 Uğur Tanrıöver ve Gülsün Güvenli, *Ders Kitaplarında İnsan Hakları II Ders Kitaplarında Toplumsal Cinsiyet* (İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları, 2009), 113.

31 Müslüm Yücel, *Berdel: Evlilik İttifakı* (İstanbul: Agora Kitaplığı, 2008), 160-161.

32 Engin Çelebi, “Medyanın Toplumsal Cinsiyet Rollerini Üzerinde Etkisi”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* 21, sy. 82 (Nisan 2022): 822-829.

33 Özgür Taburoğlu, “Queer Kuramı: Yapılaşmamış Kimlikler, Keyfi Cinsiyetler”, *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, sy. 64 (Nisan 2013): 14.

34 Gönül Cengiz, “Sinema Toplumsal Cinsiyetin İdeolojik İşlevleri: Mor Yıllar Film Analizi”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 18, sy. 2 (Mayıs 2021): 1102-1115.

kullanılmaktadır.<sup>35</sup>

Sinemada toplumsal cinsiyet rolleri kadına ve erkeğe biçilen toplumsal rollere göre şekillenmektedir, erkeğin evlilik dışı ilişki yaşaması normal kabul edilirken aynı durumun kadın için geçerliliği yoktur. Kadın evlilikle özdeşleştirilerek sunulmakta ve yuvasına sahip çıkan, kamusal alandan çok ev içi rollerin ana karakteri olarak yansıtılmaktadır.

Kadın sadakat kavramıyla temsil edilmektedir ve evli adamlarla ilişki yaşayan kadınlar kötü olarak yansıtılırken erkek için bu durum geçerli değildir. Toplumun biçtiği rollerin dışına çıkan kadın karakterler kötü olarak lanse edilmektedir.

Meslek seçiminde kalıpların dışına çıkılmayan sinema sektöründe Metin Erksan'ın yönettiği (1960) “Şoför Nebahat” gibi istisnalar olsa da karakter, erkek kıyafetleri ve jargonuyla resmedilerek kadın olması göz ardı edilmiştir.<sup>36</sup> Korku sinemasında kadınlar kötülüğün kaynağı olarak görülür ve mitsel öğeler her zaman kadın üzerinden temsil edilir.<sup>37</sup>

Kadını birey olarak ele alan yönetmenler 1980'lerden sonra görülmeye başlar bunlardan biri de Reha Erdem'dir. Erdem'in filmlerinde kadınlar bireysel olarak yansıtılır ve toplumsal rollere uygun davranma gibi bir durumları yoktur. Kadın; düşünen, başkaldıran, hayatına yön verebilen bireyler olarak sunulmaktadır.<sup>38</sup>

1990 sonrası Türk sinemasında birtakım değişikliklere gidilmiş kadın daha güçlü, erkekse daha çaresiz olarak yapımlarda seyirci karşısına çıkmıştır. Erkek karakterler özgüvensiz, depresif, mükemmellikten uzaktır.

---

35 Elif Akçalı ve İrem İnceoğlu, “Kadınlık ve Erkekliğin Değişmeyen Halleri: Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet”, *Ankara Üniversitesi KASAUM*, sy. 2 (Aralık 2020): 161-173.

36 Özlem Emine Ataman, “Sinemada Toplumsal Cinsiyet Rollerini:1980-1999 Yılları Arasında Türk Sinemasında Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Sunumu” (Doktora tezi, Anadolu Üniversitesi, 2002).

37 Zeynep Çetin Erus ve Hasan Gürkan, “Toplumsal Cinsiyet ve Sinemaya Yansıması: Yeniden Çekimler Aracılığıyla Japon ve Amerikan Sinemalarında Kadının Temsiline Bir Bakış”, *Selçuk İletişim*, sy. 25 (Mart 2012): 206-217.

38 Serkan Yürümez, “Toplumsal Cinsiyet Kalıplarının Reha Erdem Sinemasında Kadın ve Erkek Karakterlere Yansımaları: Korkuyorum Anne ve Hayat Var Filmlerinin Analizi” (Yüksek lisans tezi, Beykent Üniversitesi, 2010).

Aksesuar kullanımında her dönemde benzer objelere rastlanmakla birlikte başrol erkekler kadınlara ait aksesuarları hiçbir dönemde kullanmamıştır. Kadınlar son dönem filmlerinde pantolon askısını modern toplumda üst sınıf olmanın simgesi olarak kullanmıştır.

80’li yıllardan itibaren toplumda erkeklerin en sık kullandığı aksesuarlardan olan küpe ve kolye, sinemada kendisine yer bulamamış erkeklerde aksesuar kullanmaya dair sıkı kurallar toplumdan farklı olarak sinemada yer bulmamış, toplumsal yaşam filmlere yansıtılmamıştır. 80’lerden sonra bakımlı olmak, spor yapan kişisel bakımına özen gösteren kadın ve erkek karakterler kentli sınıfa mal edilerek kırsal kesimi yansıtan rollerde karşılığını bulamamıştır.

Sinemada toplumsal cinsiyet rolleri meslek, giyim kuşam, kamusal ve özel alanda kadının konumuna kadar ilk dönem ve son dönem filmlerinde de devam etmiş toplumsal cinsiyet eşitsizliği belli kalıplar içerisinde varlığını sürdürmüştür.

## 2) Televizyonda Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği

Kitle iletişim araçları bilgilendirme, eğlendirme, eğitim gibi işlevlerinin yanında insanların yaşam stilleri düşünceleri ve görünüşleri üzerinde etkili olmaktadır. Kamusal alanda kendine sınırlı alan bulan daha çok evle özdeşleştirilen kadın, televizyon yayıncılarının hedef kitlesidir. Etkileme gücü ve alanı geniş olan televizyon dizileri, gündüz kuşağı programları, reklamlar üzerinden hedef kitlesini yönlendirmektedir.<sup>39</sup> Kadına toplum ya da ailede yüklenen roller medya ve toplum arasında ilişkilendirilir. Kadının kitle iletişim aracı olan gazete, dergi, televizyon ve radyodan öğrendikleri davranışlarına yansımaktadır.

Televizyon toplumsal hiyerarşinin kabulünde bireyleri ikna etme gücüne sahiptir.<sup>40</sup> Toplum yaşamını etkileyen televizyondan etkilenen kadın; diziler, programlar, filmlerden etkilenerek yaşamını şekillendirmektedir. Kadın sorunlarını reyting malzemesi olarak kullanan ve gündemde tutan kitle iletişim aracı televizyondur.<sup>41</sup> Her kitleye

39 Aydan Özsoy, “Yerli Televizyon Dizilerinde Farklılaşan Toplumsal Cinsiyet Temsilleri Üzerine Bir Tartışma”, *Toplumsal Cinsiyet ve Medya Temsilleri* içinde, der. Şahinde Yavuz (İstanbul: Heyamola Yayınları, 2015), 226-246.

40 Nicholas Abercrombie, *Television and Society* (Cambridge:Polity Press,1996), 200.

41 John Hartley, *Uses of Television* (London ve Newyork: Routledge, 1999), s. 181.

seslenebilmesi, ekonomik ve kolay ulaşılabilir olmasıyla televizyonun etki gücü daha fazla olabilmektedir. Tiyatro ve sinemada istediği içeriğe istediği zaman ulaşamayan kişi kolay ulaşılabilir olması ve zengin içeriğiyle televizyonu tercih etmektedir.<sup>42</sup> Televizyon eğlendirir ve bilgilendirir.

Kitle iletişim araçları insanları tek amaç etrafında toplayarak etkilemeyi amaçlamaktadır.<sup>43</sup> McLucan'dan aktaran Postman'a göre kitle iletişim araçları kültürü şekillendirmektedir.<sup>44</sup> Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına yönelik yapılan araştırmalara göre izleyiciler bilgilenecek, rahatlamak ve toplumun parçası olduğu beklentisiyle televizyon izlemektedir. Beklentileri karşılamak için kitle iletişim araçları bireyleri bilgilendirirken eğlendirir ve toplum değerlerini pekiştirerek toplumsal fayda sağlamayı amaçlamaktadır.<sup>45</sup>

Vaktinin büyük bir kısmını evde geçiren kadınlar için televizyon, hayatlarının önemli bir parçasıdır ve kadınları kolaylıkla etki altına almaktadır.<sup>46</sup> Feminist araştırmacılar kadınların pembe dizilere olan bağımlılığını araştırmış ve ifade sorunu yaşayan kadınların yaşayamadıkları hayatlarının simülasyonunu izleyerek rahatladıkları sonucuna ulaşmışlardır.<sup>47</sup> Gündelik sıkıntılardan uzaklaşmak için kadınların tercihi daha çok diziler ve eğlence içerikli programlardır.<sup>48</sup> Televizyonda kadınlar daima bakımlı ve güzel olarak temsil edilir, tüketim nesnesi olarak simgeleştirilir, fikirlerinden çok bedenleriyle kendilerine yer bulabilirler.<sup>49</sup> Toplumsal cinsiyet konusunda kadınların medyada yer alış biçimleri uzlaşmacı, kolay ikna olan fedakâr ve mücadeleci olma-

42 Martin Esslin, *Televizyon Çağı: T.V. Beyaz Camın Arkası* (İstanbul: Pınar Yayınları, 2001), 48-49.

43 Enver Özkalp, *Sosyolojiye Giriş* (Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırmalar Çalışmalar Vakfı Yayınları, 1993), 91-92.

44 Neil Postman, *Televizyon: Öldüren Eğlence: Gösteri Çağında Kamusal Söylem*, trc. Osman Akinhay (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1994).

45 Neşe Kars, *Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin* (İstanbul: Derin Yayınları, 2003), 10-14.

46 Ahmet Kurt, "Televizyonun Toplum Üzerindeki Etkilerinin Sosyolojik İncelemesi" (Yüksek lisans tezi, Sakarya Üniversitesi, 2001), 55.

47 Eser Köker, "Kadınların Medyadaki Hak İhlalleriyle Baş Etme Stratejileri", *Kadın Odaklı Habercilik* içinde, der. Sevdâ Alankuş (İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2007), 147.

48 Dorothy Hobson, *Ev Kadınları ve Medya Kadın ve Popüler Kültür*, trc. Süleyman İrvan ve Mutlu Binark (Ankara: Ark Yayınları, 1995), 154-155.

49 Sevilay Çelenk ve Nilüfer Timisi, "Yerli Dramalarda Kadın Temsili ve Şiddet", *Televizyon Kadın ve Şiddet* içinde, der. Nur Betül Çelik (Ankara: KİV Yayınları, 2000), 23-64.

yan bireyler şeklindedir.<sup>50</sup>

Geleneksel kalıpların televizyon yayıncılığının başladığı 20. yy. ortalarından günümüze değişim gösterdiği söylenemez. 1990 sonrası özel kanalların artması sonrası diziler prime time denilen en çok televizyon izlenen 20.00-22.00 saatleri arasının ana içeriğidir. Bireyleri en çok etkileyen içeriklerden olan dizi sektörü bu anlamda davranış kalıplarının oluşmasında başat rol oynamaktadır.

Televizyonun eğlendirme, bilgilendirme yanında toplumları etkileyerek yönlendirme işlevi de bulunmaktadır. Televizyonda toplumsal cinsiyet eşitsizliği incelenirken reklamlar, diziler, televizyon programları kendi içerisinde magazin, yarışma, gündüz kuşağı çerçevesinde incelenecektir.

Televizyon içeriklerinin ortak noktası kadınların geleneksel kalıplara hapsedildiği, pasif, birey olmaktan uzak, daha çok eğlence içerikleriyle özdeşleştirilmesidir. Erkeklerde durum kamusal alanda cesur, bilgili, fiziksel ve ekonomik gücü olan karakterlerdir. LGBT bireyler ise kendilerini ifade alanı bulamamaktadır.<sup>51</sup>

### **2.1. Televizyon Programlarında Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği**

Toplum etkileme gücü olan televizyon, gönderdiği mesajlarla var olan kültürü devam ettirdiği gibi gelişim ve değişimi engelleyebilmektedir. Televizyon, izleyicisini etken olmaktan çıkartarak kendi bakış açısını empoze etmektedir.<sup>52</sup>

Kadın kimliklerinin televizyonda sunumunu araştıran çalışma göstermektedir ki özel kanallar öncesi Cumhuriyet Dönemi politikaları sonucu, üreten kadın imajı 80 sonrası yetişkinlere yönelik yayınlanan günaydın, öğleden sonra gibi programlardan kadınları hedefleyen kadının yeri evidir görüşünü destekler içeriklere sahiptir.<sup>53</sup> *Hanımlar Sizin İçin* isimli 1984 yapımı kadın programı sonrasında *Çalışan Kadınlar Sizin İçin* ismiyle değiştirilmiş modern ve geleneksel kalıpları harmanlayarak içerik sunulmuş-

50 Uğur Tanrıover, Hülya, *Medyada Kadınların Temsil Biçimleri Araştırması Raporu*, MEDİZ, 2018.

51 Akçalı ve İnceoğlu, “Kadınlık ve Erkekliğin Değişmeyen Halleri”, 161-173.

52 Graeme Burton, *Görünenden Fazlası*, trc. Nefin Dinç (İstanbul: Alan Yayıncılık, 1995), 84.

53 Ayşe Saktanber, “Women in The Media in Turkey: the Free, Available Woman or the Good Wife and Selfless Mother”, *Women in Modern Turkish Society* içinde, der. Şirin Tekeli (London: Zed Books, 1995), 156.

tur. Programda kadınlara doğum yapmaları, düzenli olmaları belirtilerek kadın evle özdeşleştirilmiştir.<sup>54</sup>

Kliplerde kadının sunumunu araştıran çalışma, kadınlarda saflık simgesinin gelinlik ile cinsellik simgesinin ise dekolte kıyafetlerle sunulduğunu göstermektedir.<sup>55</sup> Medyada kadınların temsil biçimleri üzerine 2008 yılında yapılan araştırmayı aktaran Kutlu'ya göre gündüz kuşağı programlarında gelin programları yapılarak kadına ev içi roller yine keskin şekilde çizilmektedir. Magazin programlarında sunucu genelde obje olarak temsil edilen güzel bir manken olmakta, yine kadınların özel hayatı magazin içeriklerinde masaya yatırılmaktadır. Yarışma programları ve bilgi yarışması programlarında ise daha çok erkek sunucu kullanılır. Erkek bilgi, akıl, fiziksel güç içeren programlarda; kadınlar dedikodu, ev konulu programlarda temsil edilmektedir. Ekonomi, siyaset gibi bilgi ağırlıklı programların hedef kitlesi erkektir ve konuk olarak da erkek ve kadın oranına bakıldığında 4 erkeğe 1 kadın düşecek şekilde kadınlar daha az yer almaktadır. Magazin, dekorasyon, gündüz kuşağı programlarının hedef kitlesi ise kadınlardır. Haber sunumlarında kadınlar güzellikleri baz alınarak sunucu koltuğunda görünürken erkekler fiziksel özellikleri arka planda mesleki başarıları baz alınarak haber programını sunmaktadırlar.<sup>56</sup>

Kadının medyada haber olma biçimlerini inceleyen araştırmaya göre kadınlar ya tamamen cinsiyetlerinden soyutlanarak ya da bedeni üzerinden cinsellikleri vurgulanarak yer almaktadır.<sup>57</sup> Haber içeriklerini inceleyen araştırmalar göstermektedir ki kadınlar yaşadığı şiddet haberleriyle habere malzeme olmaktadır, kadınların başarıları görünmez durumdadır. Kadınlar haberlerde kaynak değillerdir ve özel alandaki deneyimleri ile siyaset arasında bağ kurma işlevi görmektedirler.<sup>58</sup>

---

54 Özden Çankaya, *TRT: Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi: 1927-2000* (İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2003), 232.

55 Pembe Behçetoğulları, "Müzik Videolarında Kadın İmgesi ve Kadına Yönelik Şiddet", *Televizyon Kadın ve Şiddet*, derleyen: Nur Betül Çelik (Ankara: Dünya Kitle İletişimi Araştırma Vakfı KIV Yayınları, 2000), 264-265.

56 Asuman Kutlu, "Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Açısından Kadının Sunumu: Kanal D'de Yayınlanan Yaprak Dökümü Dizisinde Kadın Karakterler" (Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi, 2010).

57 Tülin Durukan, "Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* 1, sy. 2 (2006): 28-32

58 Lana Rakow ve Kimberlie Kranich, "Televizyon Haberlerinde Gösterge Olarak Kadın", *Medya Kültür Siyaset* içinde, der. Süleyman İrvan (Ankara: Alp Yayınevi, 2002), 531-532.

## 2.2. Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği

Reklamlar tüketimi teşvik etme, kitleleri yönlendirme gücüne sahiptir ve toplumun kültürel özelliklerini yansıtmaktadır. İnsanları etkilemek için bağ kurmaya çabalayan televizyon reklamları ataerkil ideolojiyi pekiştirecek şekilde hazırlanmaktadır. Reklamların amacı ürün pazarlamaktan çok imaj yaratmak ve nasıl davranmaları gerektiğini bireylere dikte etmektir.<sup>59</sup>

Reklamlar, toplumunun kültür kodlarını içerisinde barındırmaktadır.<sup>60</sup> 2000 ve 2004 yılları arasında 100 reklam içeriği incelenmiş erotik malzeme olarak kadın kullanımı artarken çalışan kadın sayısının azaldığı gözlenmiştir. Erkek dış ses, kadına direktifler vermektedir.<sup>61</sup> Reklamlar eğlence yanında ürün hakkında bilgi de verme işlevine sahiptir. Tüketicinin sorunlarına çözüm bulmalı, eğlendirmeli, ürünü almaları için ikna etmelidir. Bunu yaparken de duygusal bağ kurma mekanizmasını kullanmakta bunu başarıyla yerine getirmek için de sıkça toplumsal cinsiyet rollerine uygun reklamlar hazırlanmaktadır. Yani kadınlar obje olarak görülmektedir: zayıftır, ev içiyle sınırlıdır, annedir, eştir. Ona talimatları veren ses erkektir. Kadın sesi kullanıldığında ise yaptığı ev içi rolünü pekiştirmeyi anlatmaktadır, yaptığı temizlik sonrası yaşadığı mutluluğu anlatmak gibi.<sup>62</sup>

Reklam dünyasında da ataerkil düzen devam etmektedir; kadınlar kalıpların dışına çıkamamaktadır. Erkeği tamamlayan bir nesne olarak görülen kadın erkek üzerinden kimliğini bulmaktadır. Kariyer sahibi olarak reklamlarda resmedilen kadınlar televizyonda empoze edilmeye çalışıldığı gibi nasıl olması ya da olmaması gerektiğine vurgu yapılarak kalıplara sokulmaktadır.

Televizyondaki diğer içeriklerle benzer şekilde reklamlarda da ataerkil kodlar kullanılarak kadınlar cinsel obje olarak sunulmakta, özel alanla sınırlandırılmakta ve

---

59 Yunus Koç, "Temizlik Ürünü Reklamlarında Toplumsal Cinsiyet Rollerinin İncelenmesi" (Yüksek lisans tezi, Batman Üniversitesi, 2020).

60 John Fiske, *Understanding Popular Culture* (Cambridge: Unwin Hyman, 1989), 6.

61 Kula Nesrin Demir, "Kültürel Değişimlerin Reklamlarda Kadın ve Erkek Rol Modellerine Yansıması", *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 16, sy. 1 (2006): 285-304.

62 Çankaya, *TRT Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi: 1927-2000*, 232.



televizyon programlarında kadın cinselliği vazgeçilmez unsur olmaktadır.<sup>63</sup>

Reklamlarda erkekle birlikte resmedilirken de baskın karakter yine erkektir, ön planda olan erkek arka planda kalan kadındır. Reklamlarda kadın pasif, bakılan; erkek aktif, bakan şeklinde resmedilmektedir. Kadın, erkek arzusunda hizmet eden obje yerine konulmaktadır. Cinselliğiyle ön plana çıkartılan kadın ekonomiyi elinde bulunduran erkeği etkileme amacıyla reklamlarda kullanım amacı taşımaktadır.

Kadınlar erkeklere nazaran daha fazla ekran yüzü olarak görünmektedir. Reklamlar kadınları ev işleriyle sınırlandırdığı için özel alanla ilgili reklamlarda kadınlar kullanılmaktadır, ayrıca erkekleri müşteri konumuna oturttuğu için kadın bedeni üzerinden ürün tanıtımı yapılarak dikkat çekilmek amaçlanmaktadır.<sup>64</sup>

Reklamlarda kadının sık kullanılma sebebi cinsel bir obje olarak görülmesi yanında evin alışveriş işlerinden sorumlu olmasından dolayı hedef kitleye yönelik bir stratejidir. Kadınlar bireysel olarak yansıtılmamakta, erkeği rahat ettirmek düzeni sağlamak zorundaymış gibi rollerle reklamlarda kendisine yer bulabilmektedir. Kadın reklam filmlerinde mutfak, banyo gibi özel alanlarda gösterilirken erkekler kamusal alanda yer almaktadır. Kadınlar daha çok temizlik ürünü gibi özel alanı simgeleyen reklamlarda temsil edilirken erkekler araç gibi kamusal alanı simgeleyen reklamlarda daha sık temsil edilmektedir.

### 2.3. Dizilerde Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği

19. yy.'da *Emile De Birardin* isimli Fransa kaynaklı gazete kitle iletişim aracı olmak ve okuyucusunu bağlamak amaçlı dizi romanı yayınına başlamış ve bundan esinlenerek televizyonlarda dizi mantığı oluşturulmuştur.<sup>65</sup>

Mutlu'nun araştırmasına göre bir olay örgüsü çerçevesinde dramatik anlatılar olan televizyon dizileri tekrar edilen düzenli içerikleri sürekli olmalarıyla yaymak istediği mesajı etkin şekilde kısa sürede ulaştırmaktadır. Türkiye'de TRT televizyon ya-

63 Nilüfer Timisi, *Medyada Cinsiyetçilik* (Ankara: Başbakanlık Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Yay.,1997), 32.

64 John Berger, *Görme Biçimleri* trc. Yurdanur Salman (İstanbul: Metis Yayınları, 2006), 63-64.

65 Zeynep Gültekin, "Bir Popüler Kültür Ürünü Olarak Mafya Dizileri: Kurtlar Vadisi Örneği" (Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, 2006), 48.

yıncılığına düzenli olarak geçerek dramalar üretmeye başlar. 70’li yılların başında *Fizikçiler*, *Palto* gibi oyunlar yapılmaya başlanır, 70’lerin ortasında edebiyat uyarlama içerikleri izleyiciye sunulur. Özel televizyonların olmadığı bu dönemde reyting kaygısının olmadığı kültürel birikimin önemsendiği içerikler üretilmiştir.<sup>66</sup> Günlük sorunları anlatan Gürol Gökçe’nin yönetmen koltuğunda oturduğu *Hayattan Yapraklar* Türk televizyonlarında yapılan ilk dizidir.<sup>67</sup>

Çelenk’in araştırmalarına göre 90’larda özel kanalların yaygınlaşmasıyla televizyon dizilerinde her türden içerik yayınlanır. RTÜK araştırmaları göstermektedir ki Türk televizyonlarında en rağbet gören içerik Türk kültürünü anlatan dizilerdir ve kadınlar tarafından daha çok tüketilmektedir. Özel kanalların olmadığı 70’li yıllarda TRT’de yayınlanan *Kaynanalar* ve *Bizimkiler* gibi uzun yıllar devam eden dizilerde sıradan hayatlar ve insan ilişkileri anlatılırken 90’lı yıllarda özel kanalların yayına başlaması ve reyting kaygılarıyla kadının meta olarak kullanıldığı içerikte diziler, yayın hayatına başlamıştır. 90’larda arabesk kültürün yaygınlaşmasıyla arabesk şarkıcıların rol aldığı *Canısı*, *Fırat* gibi diziler yayınlanırken 1996 yılında yaşanan Susurluk kazası sonrası *Deli Yürek*, *Kurtlar Vadisi* gibi mafya içerikli diziler yaygınlaşmaya başlamıştır. 2000’li yılların başından itibaren *Dadı* dizisiyle başlayan yabancılardan alınan patentle yerli versiyonunun üretildiği durum komedileri yayınlanır. Ardından Anadolu’da geçen töre kavramı etrafında şekillenen hikayelerin anlatıldığı *Zerda*, *Asmalı Konak* gibi diziler üretilir. *Yaprak Dökümü*, *Aşk-ı Memnu* gibi edebi uyarlamalar da en çok reyting alan dizi içeriklerindedir.<sup>68</sup> 2010 yılı sonrası *Muhteşem Yüzyıl* ile başlayan Osmanlı dönemini anlatan dizi içerikleri yoğun ilgi gördüğünden üretilmeye devam etmektedir.

Dizilerde iş bölümünde cinsiyetçilik kadının anne ve eş olarak ataerkil yapı içerisinde sunulması şeklinde görülmektedir. Dizilerde kadın özel alanla sınırlandırılmaktadır.<sup>69</sup> Kadınlar üst sınıfa da mensup olsalar çalışmaz, özel alanda günlük rutinlerini devam ettirirler.<sup>70</sup> 80’li yıllarda TRT’de yayınlanan *Meraklı Melahat* ve *Perihan Abla*

66 Erol Mutlu, *Televizyonu Anlamak*, (Ankara: Ayraç Kitapevi, 2008), 147-155.

67 Çankaya, *TRT: Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi:1927-2000*, 129-133.

68 Sevilay Çelenk, *Televizyon Temsil Kültür: 90’lı Yıllarda Sosyokültürel İklim ve Televizyon İçerikleri*, (Ankara: Ütopya Yay., 2005), 304-305.

69 Tania Modleski, “The Search for Tomorrow in Today’s Soap Operas”, *Feminist Television Criticism : A Reader*, ed. Charlotte Brunson, Julie D’Acci, Lynn Spigel (New York: Oxford University Press, 1997), 44.

70 Christine Geraghty, *Kadınlar ve Pembe Dizi*, trc. Nur İrven (İstanbul: Afa Yayınları, 1996), 59-60.

gibi dizilerde kadınlar ev kadını olarak yetenekleriyle ön planda ve evlerinde gösterilmiş; erkekler meyhane, iş yeri gibi mekanlarda gösterilerek toplumsal roller ayrılmıştır. Dizilerde erkek kamusal, kadın özel alanda gösterilmektedir.<sup>71</sup> Araştırmalar dizilerde toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin pekiştirildiğini göstermektedir.<sup>72</sup> Kadınlar pasif bireyler olarak yansıtılmaktadır. Eğitim seviyesi, görüntüsü ve mesleği itibarıyla erkeğin arka planında temsil edilen kadın yaş olarak da erkekten küçük temsil edilmektedir.<sup>73</sup>

Erkekler dizilerde kamusal alanda, güçlü, iradeli ve evin reisi olarak temsil alanı bulmaktadır. Kadın evin düzenini sağlarken erkek ekonomik olarak gücü elinde bulundurmaktadır. Kadınlar dedikodu yapan, erkeğini nasıl evde tutması gerektiğine kafa yoran, hemcinsleriyle ilişkileri sorunlu bireyler olarak dizilerde karşımıza çıkarırken ailede çocuk ya da evlilik üzerinden sorun olduğunda bunun sebebi gibi yansıtılmaktadır. Dizilerde kadınlar ekonomik olarak güçlü görüldüğünde bu güç koca ya da babadan gelmekte kötülük peşinde koşan karakterler olarak resmedilmektedir; eğer kadın yoksulsa başına bütün felaketler gelmekte onu yine bir erkek kurtarmaktadır.<sup>74</sup> Kamusal alanda temsil alanı bulan kadınların yine ilk görevi evdeki düzeni sağlamak, iyi anne ve vefalı eş olmaktır. İş yaşamında da daha çok hizmet sektöründe çalışan bireylerdir. Erkek doktor, patron rollerinde daha çok görünürken kadınlar hemşire, sekreter rollerinde karşımıza daha çok çıkmaktadır.<sup>75</sup>

Dizilerin türü değişse de kadın ve erkeğe biçilen toplumsal roller sabit kalmaktadır. Kadına yönelik şiddetin dram dizilerinde çatışmanın odağına oturması yanında benzer durumlar komedi türünde de görülmektedir. *Avrupa Yakası*'nda (2004) Aslı ve Volkan karakterlerine ailenin davranış şeklinde olduğu gibi, *İnce İnce Yasemince* (1995) durum komedisinde de benzer şekilde İtilmiş ve Kakılmış skecinde kadına yönelik şiddet meşrulaştırılmaktadır.

---

71 Mutlu, *Televizyonu Anlamak*, 219-220.

72 Elif Akcalı ve İrem İnceoğlu, "Kadınlık ve Erkekliğin Değişmeyen Halleri: Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet", *Fe Dergi* 12, sy. 2 (2020), 161-173.

73 Erdal, "Prime-Time Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Rollerini Açısından Ailenin Sunumu".

74 Nazlı Şentürk, "Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Kadının Medyada Temsili: Kadın ve Ufak Tefek Cinayetler Dizilerindeki Kadın Karakterler" (Yüksek lisans tezi, Atatürk Üniversitesi, 2019).

75 Nuray Bedük, "Gelenek, İktidar İlişkileri ve Toplumsal Cinsiyet Temsillerinde Melezleşme: Türk Televizyon Dizileri Üzerine Bir Söylem Analizi" (Yüksek lisans tezi, Yeditepe Üniversitesi, 2009).

Dizilerde erkekler tarafından kadınlar psikolojik, fiziksel şiddete maruz kalmakta ve bunu kıskançlık, namus gibi kavramlara dayandırarak erkeği haklı gösterme eğilimi içine girilmektedir.<sup>76</sup>

Dizilerde erkek çocuk doğurmak erdem meselesi hâline getirilmekte; kadının toplumsal gelişim ve dönüşümünün önünde engel olan töre, berdel gibi kavramlar normalleştirilerek sunulmaktadır.<sup>77</sup> Pembe dizilerde kadın; kurtarılmayı bekler zayıftır, güçlüyse de kötü karakterlidir.<sup>78</sup> Maddi manevi güçlü kadınlara serbest etiketi yapıştırılmaktadır.<sup>79</sup>

### 2.3.1. Hayat Şarkısı Dizisi Örneği ile Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği

*Hayat Şarkısı* dizisi Güney Kore dizisinden uyarlanmıştır ve toplamda 57 bölüm olarak Kanal D’de haftalık olarak 2016-2017 yılları arasında yayınlanmıştır. Yapımı Most Prodüksiyon, yönetmeni Cem Karcı, olan dizinin senaryosunu Mahinur Ergun yazmıştır. Oyuncular Ahmet Mümtaz Taylan (Bayram), Burcu Biricik (Hülya), Birkan Sokullu (Kerim), Tayanç Ayaydın (Hüseyin), Seray Gözler (Süheyla), Ahmet Saraçoğlu (Salih), Ecem Özkaya (Melek), Pelin Öztekin (Zeynep), Gamze Demirbilek (Hatice Hala).

Aynı köyden olan kan kardeşler Bayram ve Salih çocukları büyüdüğünde evlendirmek üzere söz verir. İki oğlu olan Bayram, Almanya’da okumuş çevre mühendisi olan oğlu Kerim’in okulu bitince Kerim’i Salih’in büyük kızı Melek ile evlendirmek üzere köye gelir. Kerim aynı zamanda Salih’in küçük kızı Hülya’nın çocukluk aşkıdır ve Hülya çeşitli oyunlarla Kerim ile evlenir. Geleneklerine bağlı olan Cevher ailesi köşkte gelinler ve Bayram’ın gayrimeşru çocuğu Bade’yle yaşarken Hülya’nın sorunlu geçmişi sürekli problemlere neden olur.

Aile vurgusunun sıkça tekrarlandığı dizide ataerkil sistemin gereği olarak ailede kadın ve erkeklerin rolleri cinsiyete göre ayrılmaktadır. Dizide eğitilmiş olmalarına rağmen

76 Özsoy, “Yerli Televizyon Dizilerinde”, 225-246.

77 Dilek İmançer, “Türkiye’de Yerli Televizyon Dizilerinde Geleneksel ve Modern Kadın Kimliğinin Sunumu”, *Medya ve Kadın* içinde, ed. Dilek İmançer (Ankara: Ebabel Yayıncılık, 2006).

78 Abercrombie, *Television and Society*, 72.

79 Saktanber, “Women in The Media in Turkey”, 155.

men kadınlar çalışmıyor, ekonomik olarak erkeğe bağımlıdırlar, erkekler kendilerine ait holdingde çalışır ve iş meseleleri önemli olarak görülmesi nedeniyle kadınların yanında gündeme getirilmemektedir. Evin erkekleri ikinci ilişkilerini rahatlıkla yaşayıp açıklayabilmektedir. Bayram karakteri geleneksellik adı altında kadınları erkeğe bağımlı ve mutfakla sınırlandıran cümleler kurduğu için evin ergen kızı Bade tarafından sürekli çok ilkel baba diyerek eleştirilmektedir.

Dizide kadınlar kocalarına hizmet etmekte, önemli meselelerin dışında tutulup gizli şekilde olaylara müdahale ettiklerinde ise daha büyük hatalara neden olmaktadır. İmançer'in belirttiği gibi diğer televizyon içeriklerinde olduğu gibi *Hayat Şarkısı* dizisinde de erkek bebek yapmanın önemi vurgulanarak kız bebek yapmak eksiklik olarak yansıtılmaktadır<sup>80</sup>. Bayram saf köylü kızı gelin aramakta ancak büyük oğlu Hüseyin evlilik dışı ilişki yaşarken küçük oğlu Kerim evlilik dışı bebek yapmaktadır. Evlilik dışı ilişki yaşayıp çocuk yapan tesbihini elinden düşürmeyen Bayram karakteri dizide sevimli şekilde yansıtılmaktadır.

Dizinin 9 Şubat 2016 tarihinde başlayan ilk bölümü ve devam eden haftalardaki toplamda 10 bölümü incelenmiştir.

1. bölümde Hülya'nın küçüklüğünün gösterildiği sahnede babası borçlarından dolayı alacaklılar tarafından hırpalanınca küçük kız çocuğu, zengin kocayla evleneceğini söylemektedir. Bu sahne kadının ekonomik özgürlüğe sahip olması yerine zengin koca bularak erkeğe bağımlı olmasını destekler niteliktedir.

2. bölümde Bayram evlilik dışı kızı Bade'yi eve getirir ve eşi Süheyla ağlarken oğlu Hüseyin annesine “yapacak bir şey yok olan olmuş” der. Bayram da “beğenmeyen kendine başka yol çizsin” diyerek resti çeker. Kadın gitmeye kalkınca da baskıyla eve döndürülme çabası gösterilir. Bu sahnelerde erkek rahatlıkla yanlışları yapıp açıklarken kabullenemeyen kadını baskıyla kabullenmeye zorlamaktadır. Erkek istediğini yapabilir ve evlilik dışı ilişki yaşayabilir gibi yansıtılmaktadır.

3. bölümde Bayram evlilik dışı ilişki yaşadığı kadının zor durumda kaldığını söyleyerek eşiyle yaşadığı eve getirir ve birlikte yaşamaya zorlar. Eşi tepki gösterince kadını azarlayıp durumu kabullendirmeye çalışır ve eşinden kıyafetlerini kadınla paylaşmasını isteyecek kadar ileri gitmektedir.

---

80 İmançer, “Geleneksel ve Modern Kadın Kimliğinin Sunumu”.

4. bölümde evin halası Hatice Melek karakterinin biriyle birlikte olduğu için çıkan dedikoduyu anlatırken “kızı kirlettiler” diyerek kadının ilişki yaşaması kirlenmek olarak tanımlanır.

5. bölümde kız torun yapmanın sorun olarak gösterildiği sahnelerde erkek torun yapmak önemli bir şey gibi yansıtılır. Hüseyin Melek ile ilişki yaşadığı için Melek’e “metres” denir, evli kadınla ilişki yaşayan erkekleri etiketleyen bir isim belirtilmektedir.

6. bölümde Kerim’in çocukluğunun gösterildiği sahnede okula gitmek istemediği için ağlayan Kerim’e babası “ilk günden kız bebeleri gibi ağlama” der. Kızlar zayıf ve ağlayan kişiler erkekler ise güçlü ve ağlamaması gereken kişilermiş gibi algı yaratılmaktadır.

Hüseyin, Zeynep ile boşanmak istediğini söyler ve başka bir kadını seviyorum açıklamasında bulunur. Benzer açıklamayı kadınların yaptığı örneğe televizyonlarda sık rastlanmamaktadır.

7. bölümde Hatice Hala gelinleri Süheyla’ya “sen daha varlıklısın diye annem seni Bayram’a istemedi” der. Kadının erkekten varlıklı olması sorun olarak görülmektedir ve erkek maddi olarak kadından daha iyi durumda olması gerekir algısı oluşturulmaktadır.

8. bölümde evin yaşlı halası evlenmeyen Hatice’ye “evde kaldı” tabiri kullanılır. Evlenmeyen erkek için bir tanım mevcut değildir. Eltiler arasındaki çekişme erkek doğuran eltiyi kız doğuran eltinin kıskanmasına bağlanarak yine erkek çocuk yapmak önemli gibi yansıtılmaktadır.

9. bölümde dans hocası gay seçilerek LGBT bireylerin meslek alanı sınırlı yansıtılmaktadır.

10. bölümde Hüseyin, Zeynep ve Melek ile ilişkisini birlikte devam ettireceğini açıklar. Erkek karakter ahlaken ve hukuken yapılan yanlışları rahatlıkla açıklayarak hayatına bu şekilde devam edebilmektedir.

Dizilerde kadınlara aileyi bir arada tutma görevi addedilmiş; kadınlar, geleneklerine bağlı ve kamusal alandan ziyade özel alanda gösterilerek aile içi ilişkilerdeki durumu üzerinden ele alınmaktadır.

Türk dizilerinde aile kutsanırken namus kavramı kadın üzerinden ele alınmaktadır. Kadınların evlilik dışı ilişki yaşaması yadırganır ve ilişkiler evlilikle sonlanmalıdır. Kadınların anne olmaları bütün sıfatlarının üzerindedir.<sup>81</sup> Kadın sunumu amaçlı yapılan nicel içerik çözümlenmeleri araştırmaları göstermektedir ki kadınlar medyada sekreter, hemşire gibi toplumun kabul gördüğü mesleklerle ve iyi eğitim almış çalışmayan özel alanda geleneksel roller olan anne, eş gibi rollerle sunulmaktadır. Medyada erkek egemen ideolojiler çerçevesinde oluşturulan kadın kimlikleri kadını pasif olarak yansıtmakta çoğunlukla fedakar ve sadık rollerde anne, eş olarak gösterilmektedir.<sup>82</sup>

Hayat Şarkısı dizisi örneğinde olduğu gibi toplumsal cinsiyet eşitsizliğini vurgulayan özel alanda gösterilen kadın, evlilik dışı ilişkisini rahatlıkla yaşayan erkekler, erkek bebek yapmanın önemini vurgulanması, kadın karakterlerin hizmet sektöründe çalışması, kadınların hayatına yön verenlerin erkekler olmasıyla Türk televizyon ve sinemasında toplumsal cinsiyet eşitsizliği tekrar edilmektedir.

## Sonuç

Kadının iş yaşamına girmesi birçok sorunu beraberinde getirmiştir. Beklediği fırsat eşitliğini hiçbir alanda bulamayan kadın, oy kullanamaz, mobbinge uğrar ve erkek egemen söylemlerin etkisi altında yaşam mücadelesi vermeye başlar. Kadın tarih boyunca varoluş mücadelesi vermiştir. Siyasal ve ekonomik olarak sosyal hayatta yer edinemeyen kadına bir darbe de erkek egemen söylemleri ve kadını aşağı çeken diliyle medyadan gelmektedir. *Hayat Şarkısı* dizisi örnekleme üzerinden yürütülen çalışmada medyanın toplumsal cinsiyet eşitsizliği konusunda erkek egemen söylemi güçlendirerek kadınlar açısından olumsuz tutum içerisinde oldukları gözlenmiştir.

Çalışmada elde edilen bulgularda kadının geleneksel kalıplara sıkıştırıldığı, medyada kamusal alanla çok özel alanla sınırlandırılarak eş, anne sıfatlarıyla daha çok temsil edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Kullanılan dil, kostüm, roller vb. açıdan kadınlar erkeğin arka planında yer almaktadır. Toplumsal gelişim ve değişimler yaşandıkça sinema ve televizyonda karşılığını bulur; ancak istenilen seviyeye ulaşamamıştır. Toplumun yarısını oluşturan kadınların diğer alanlarda olduğu gibi etki mekanizması güçlü ve geniş olan medyada da haksızlığa uğrayıp ikinci sınıf muamele görmesi kısır döngü

81 MEDİZ, Medyada Kadınların Temsil Biçimleri Araştırması Basın Toplantısı, 19.06.2008.

82 Saktanber, "Women in The Media in Turkey", 154.

oluşturmaktadır.

Medyada toplumsal cinsiyet açısından çeşitliliğe, kadın ve erkek rolleri belirlenmiş LGBT bireylere, yeterince yer verilmediği anlaşılmaktadır. Roller keskin şekilde ayrılmaktadır.<sup>83</sup> Medya, cinsiyet rollerinde eşitliği yansıtmada olumsuz bir tutum sergilemektedir. Kitle iletişim araçlarında kadın reklamda da dizi de olsa her durumda aciz olarak resmedilmektedir. Cinselliğiyle bir obje ya da desteklenmesi gereken zayıf bir kişilik olarak sunulmaktadır. Anne, eş gibi kavramlarla ön plana çıkartılan kadın profiline bağımsız, kendine yeten şekilde medyada rastlamak neredeyse imkânsızdır.<sup>84</sup>

Toplumun hak ettiği eşitliğe ve huzura kavuşabilmesi için öncelikle devlet nezdinde eşitlikçi, özgürlükçü her türlü ayrımcılık ve şiddetle mücadeleyi esas alan politikalar benimsenmeli ve bu zihniyetin kitlelere yayılması sağlanmalıdır. İlköğretim ve ortaöğretim programlarında toplumsal cinsiyet eşitsizliği konusunda dersler verilmeli ve bireyler bu konuda eğitilerek bilinç düzeyleri artırılmalıdır. Toplumsal cinsiyet alanında eşitsizlikle ilgili denetim mekanizmaları kurularak toplumsal cinsiyet eşitsizliğine vurgu yapan içerikler kontrol edilmelidir.

Yapımcılar eşitlikçi mesajlar verecek şekilde reklam filmlerinde düzenlemeye gitmelidir, bu da ancak eğitimle başarılabilir. Reklam, dizi, sinema gibi alanlarda yazarların toplumsal cinsiyet eşitsizliği konusunda eğitilmiş ve duyarlı olmaları buna uygun içerikler üretmeleri gerekmektedir. Kadının anne ve eş dışında birey olarak yer aldığı yapımlara yer verilmelidir.

Medya kuruluşları ideolojilerin üretilmesi ve benimsetilmesi aşamasında etkilidir ve toplumsal roller cinsiyet eşitsizlikleri gibi konuların yansıtılması ve güçlendirilmesinde etkin olmaktadır. Kamu yararını gözetmesi gereken medya kuruluşları toplumsal değişimler ve kültürel değerler konusunda daha hassas olmalı ve her içerik üretiminde sorumluluğunun bilincinde olmalıdır. Medyada cinsiyetçi dil ve söylemlerin önüne geçilmelidir. Medya içeriklerinin yorum aşamasında medya okuryazarlığı oldukça önemlidir.

Değişen toplum yapısı sonucunda değişen toplumsal rollerin sunumu kitle iletişim araçlarında da yenilenmelidir. Sinema ve televizyonda kadın ve erkeğe biçilen top-

83 Yasemin İnceoğlu, *Medyada Kadın İmaji*, erişim 29 Temmuz 2023. <http://www.yasemininceoglu.com/makaleler>.

84 Kutlu, "Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Açısından Kadının Sunumu", 102.



lumsal roller yüzyıllardır gelen kalıpların dışına çıkarak gerçek hayatta karşılığını bulacak şekilde düzenlenmelidir. Araştırma göstermektedir ki medyada kadına biçilen roller toplumu etkilemektedir ve hayat, sanatı taklit etmektedir.

### Kaynakça

Abercrombie, Nicholas. *Television and Society*. Cambridge: Polity Press, 1996.

Akçalı, Elif ve İnceoğlu, İrem. “Kadınlık ve Erkekliğin Değişmeyen Halleri: Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet”, *Ankara Üniversitesi KASAUM*, sy. 2 (Aralık 2020): 161-173.

Althusser, Louis. *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, trc. Mahmut Özışık. İstanbul: İletişim yayınları, 2000.

Ataman, Özlem Emine. “Sinemada Toplumsal Cinsiyet Rollerini: 1980-1999 Yılları Arasında Türk Sineması’nda Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Sunumu”. Doktora tezi, Anadolu Üniversitesi, 2002.

Bacanlı, Hasan. *Gelişim ve Öğrenme*. Ankara: Nobel Yayınları, 2002.

Bandura, Albert and Walter Mischel. “Modification of Self-Imposed Delay of Reward Through Exposure to Live and Symbolic Models”, *Journal of Personality and Social Psychology* 2, sy. 5 (1965): 698-705.

Beauvoir, de Simone. *İkinci Cinsiyet*. trc. Gülnur Acar Savran. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları, 2019.

Bedük , Nuray. “Gelenek, İktidar İlişkileri Ve Toplumsal Cinsiyet Temsillerinde Melezleşme: Türk Televizyon Dizileri Üzerine Bir Söylem Analizi”. Yüksek lisans tezi, Yeditepe Üniversitesi, 2009.

Behçetoğulları, Pembe. “Müzik Videolarında Kadın İmgesi ve Kadına Yönelik Şiddet”. *Televizyon Kadın ve Şiddet* içinde, derleyen: Nur Betül Çelik, Ankara: Dünya Kitle İletişimi Araştırma Vakfı KIV Yayınları, 2000.

Bem, Sandra Lipsitz “Gender Schema Theory: A Cognitive Account of Sex Typing”, *Psychological Review* 88, sy. 4 (1981): 354-364.

- Berger, John. *Görme Biçimleri*. trc. Yurdanur Salman. İstanbul: Metis Yayınları, 2006.
- Burton, Graeme. *Görünenden Fazlası*. trc. Nefin Dinç. İstanbul: Alan Yayıncılık, 1995.
- Buss, M. David, “Psychological Sex Differences. Origins Through Sexual Selection”, *American Psychologist* 50, sy. 30 (1995): 164-171.
- Cengiz, Gönül. “Sinema Toplumsal Cinsiyetin İdeolojik İşlevleri : Mor Yıllar Film Analizi”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 18, sy. 2 (Mayıs 2021): 1102-1115.
- Connell, Raewyn. *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar Toplum, Kişi ve Cinsel Politika*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998.
- Cortez, Marina., Gaudenzi, Paula ve Maskud, Ivía. “Gender: Pathways and Dialogues Between Feminist and Biomedical Studies from the 1950s to 1970s”, *Physis: Revista de Saude Coletiva*, sy. 29 (2019). Erişim 12 Mayıs 2023. /<http://feministbellek.org/>.
- Çakmak, Fatma ve Bilişli, Yasemin. “İdeoloji Söylem ve İletişim Çalışmalarında Ruth Wodak”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 19, sy. 2 (2019): 99-124.
- Çankaya, Özden. *TRT Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi: 1927-2000*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2003.
- Çelebi, Engin. “Medyanın Toplumsal Cinsiyet Rollerini Üzerinde Etkisi”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* 21, sy. 82 (Nisan 2022): 822-829.
- Celenk, Sevilay ve Timisi, Nilüfer. “Yerli Dramalarda Kadın Temsili ve Şiddet”. *Televizyon Kadın ve Şiddet* içinde, der. Nur Betül Çelik. Ankara: KİV Yayınları, 2000.
- Çelenk, Sevilay. *Televizyon Temsil Kültürü: 90’lı Yıllarda Sosyokültürel İklim ve Televizyon İçerikleri*. Ankara: Ütopya Yayınevi, 2005.
- Çelik, Nur Betül. “Giriş: Televizyon, Kadın ve Şiddet”. *Televizyon Kadın ve Şiddet* içinde, der. Nur Betül Çelik. Ankara: Dünya Kitle İletişimi Araştırma Vakfı KİV Yayınları, 2000.
- Çetin Erus, Zeynep ve Gürkan, Hasan. “Toplumsal Cinsiyet ve Sinemaya Yansıması:

Yeniden Çekimler Aracılığıyla Japon ve Amerikan Sinemalarında Kadının Temsiline Bir Bakış”, *Selçuk İletişim*, sy. 25 (Mart 2012): 206-217.

Demir, Kula Nesrin. “Kültürel Değişimlerin Reklamlarda Kadın ve Erkek Rol Modellerine Yansıması”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 16, sy. 1 (2006).

Durukan, Tülin. “Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* 1, sy. 2 (2006): 28-32.

Erdal, Çiğdem. “Türkiye’de Ulusal Kanallarda Yayınlanan Prime-Time Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Rollerini Açısından Ailenin Sunumu”. Yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, 2010.

Esslin, Martin. *Televizyon Çağı: T.V. Beyaz Camın Arkası*. İstanbul: Pınar Yayınları, 2001.

Fairclough, Norman. *Media Discourse*. London: Edward Arnold, 1995.

Fiske, John. *Understanding Popular Culture*. Cambridge: Unwin Hyman, 1989.

Geraghty, Christine. *Kadınlar ve Pembe Dizi*. trc. Nur İrven. İstanbul: Afa Yayınları, 1996.

Giddens, Anthony. *Sosyoloji*. Ankara: Ayraç Kitabevi, 2000.

Gökçe, Orhan. *İçerik Analizi: Kuramsal ve Pratik Bilgiler*. Ankara: Siyasal Kitabevi, 2006.

Göle, Nilüfer. “Modernleşme Bağlamında İslami Kimlik Arayışı”. *Türkiye’de Modernleşme ve Ulusal Kimlik* içinde. ed. Sibel Bozdoğan ve Reşat Kasaba. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 1999.

Gültekin, Zeynep. “Bir Popüler Kültür Ürünü Olarak Mafya Dizileri: Kurtlar Vadisi Örneği”. Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, 2006.

Hartley, John. *Uses of Television*, London ve Newyork: Routledge, 1999, Erişim Boğaziçi Üniversitesi Kütüphanesi, 15.09.2010.

Hobson, Dorothy. *Ev Kadınları ve Medya Kadın ve Popüler Kültür*. trc. Süleyman

İrvan ve Mutlu Binark. Ankara: Ark Yayınları, 1995.

İmañer, Dilek. “Türkiye’de Yerli Televizyon Dizilerinde Geleneksel ve Modern Kadın Kimliğinin Sunumu”. *Medya ve Kadın* içinde, ed. Dilek İmañer. Ankara: Ebabil Yayıncılık, 2006.

İnceoğlu, Yasemin. *Medyada Kadın İmajı*, son güncelleme 29.07.2023. <http://www.yasemininceoglu.com/makaleler>

Kars, Neşe. *Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin*. İstanbul: Derin Yayınları, 2003.

Koç, Yunus. “Temizlik Ürünü Reklamlarında Toplumsal Cinsiyet Rollerinin İncelenmesi”. Yüksek lisans tezi, Batman Üniversitesi, 2020.

Köker, Eser. “Kadınların Medyadaki Hak İhlalleriyle Baş Etme Stratejileri”. *Kadın Odaklı Habercilik* içinde, der. Sevda Alankuş, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2007.

Kurt, Ahmet. “Televizyonun Toplum Üzerindeki Etkilerinin Sosyolojik İncelemesi”. Yüksek lisan tezi, Sakarya Üniversitesi, 2001.

Kutlu, Asuman. “Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Açısından Kadının Sunumu: Kanal D’de Yayınlanan Yaprak Dökümü Dizisinde Kadın Karakterler”. Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi, 2010.

Marshall, Gordon. *Sosyoloji Sözlüğü*. trc. Osman Akınhay ve Derya Kömürcü. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 1999.

MEDİZ, *Medyada Kadınların Temsil Biçimleri Araştırması Basın Toplantısı*, 19.06.2008.

Modleski, Tania. “The Search for Tomorrow in Today’s Soap Operas”. *Feminist Television Criticism : A Reader* içinde, ed. Charlotte Brunson, Julie D’Acci, Lynn Spigel. New York: Oxford University Press, 1997.

Mutlu, Erol. *Televizyon ve Toplum*. Ankara: TRT Yayınları, 1999.

Mutlu, Erol. *Televizyonu Anlamak*. Ankara: Ayraç Kitapevi, 2008.

Özkalp, Enver. *Sosyolojiye Giriş*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırmalar Çalışmalar Vakfı Yayınları, 1993.

Özsoy, Aydan. “Yerli Televizyon Dizilerinde Farklılaşan Toplumsal Cinsiyet Temsilleri Üzerine Bir Tartışma”. *Toplumsal Cinsiyet ve Medya Temsilleri* içinde, der. Şahinde Yavuz, İstanbul: Heyamola Yayınları, 2015.

Postman, Neil. *Televizyon: Öldüren Eğlence: Gösteri Çağında Kamusal Söylem*. trc. Osman Akınhay. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1994.

Proenza, Luis. “*Stereotypes and Generalities*”, December 13, 2003, <http://www.uakron.edu/president/> Son güncelleme: 05.08.2023.

Rakow, Lana ve Kranich, Kimberlie. “Televizyon Haberlerinde Gösterge Olarak Kadın”. *Medya, Kültür, Siyaset* içinde, der. Süleyman İrvan. Ankara: Alp Yayınevi, 2002.

Saktanber, Ayşe. “Women in The Media in Turkey: the Free, Available Woman or the Good Wife and Selfless Mother”. *Women in Modern Turkish Society* içinde, der. Şirin Tekeli, London: Zed Books, 1995.

Schmitt, P. David, “Are Man Universally More Dismissing Than Women? Gender Differences in Romantic Attachment Across 62 Cultural Regions”, *Personal Relationships* 10, sy. 3, 2003: 307-333.

Scott, Joan. *Toplumsal Cinsiyet: Faydalı Bir Tarihsel Analiz Kategorisi*, trc. Aykut Tunç Kılıç. İstanbul: Agora Kitaplığı, 2007.

Şentürk, Nazlı. “Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Kadının Medyada Temsili: Kadın ve Ufak Tefek Cinayetler Dizilerindeki Kadın Karakterler”. Yüksek lisans tezi, Atatürk Üniversitesi, 2019.

Taburoğlu, Özgür. “Queer kuramı: Yapılaşmamış Kimlikler, Keyfi Cinsiyetler”, *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, sy. 64 (Nisan 2013).

Tanrıöver, Uğur ve Güvenli, Gülsün, *Ders Kitaplarında İnsan Hakları II: Ders Kitaplarında Toplumsal Cinsiyet*. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları, 2009.

Timisi, Nilüfer, *Medyada Cinsiyetçilik*. Ankara: Başbakanlık Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Yayınları, 1997.

Timur, Taner, *Felsefi İzlenimler*. İstanbul: İmge Kitabevi, 2005.

Uğur Tanrıover, Hülya. *Medyada Kadınların Temsil Biçimleri Araştırması Raporu*. Medya İzleme Grubu (MEDİZ), 2008.

Vatandaş, Celalettin. “Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerinin Algılanışı”, *İstanbul Journal of Sociological Studies*, sy. 35 (2007): 29-56. Erişim 22 Nisan 2023. <https://www.dergipark.org.tr>

Yanıkaya, Berrin. “İçerideki Farklı Sesler: Türkiye’deki İletişim Araştırmalarına ve Feminist İletişim Çalışmalarına Bir Bakış”, *Kadın Çalışmaları Dergisi* 1, sy. 3 (2006).

Yücel, Müslüm. *Berdel: Evlilik İttifakı*. İstanbul: Agora Kitaplığı, 2008.

Yüksel, Atila., Mil, Burak ve Bilim, Yasin. *Nitel Araştırma*. Ankara: Detay Yayınları, 2007.

Yürümez, Serkan. “Toplumsal Cinsiyet Kalıplarının Reha Erdem Sinemasında Kadın ve Erkek Karakterlere Yansımaları: Korkuyorum Anne Ve Hayat Var Filmlerinin Analizi”. Yüksek lisans tezi, Beykent Üniversitesi, 2010.

Van Zoonen, Liesbet. “Medyaya Feminist Yaklaşımlar”. *Medya Kültür Siyaset* içinde, der. Süleyman İrvan. Ankara: Alp Yayınevi, 2002.

Wodak, R. v.dğr. *Methods of Text and Discourse Analysis*, New Delhi: SAGE Publications, London: Thousandoaks, 2000.